

[Voců, Ondřej](#). Když se řekne YouTube.... *Ikaros* [online]. 2011, roč. 15, č. 4 [cit. 10.11.2011]. Dostupný na World Wide Web: <<http://ikaros.cz/node/6758>>. URN-NBN:cz-ik6758. ISSN 1212-5075.

Název článku: Když se řekne YouTube...

Autoři: Ondřej Voců

Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK

MacGyver.Angus@seznam.cz

Rubrika: Informační zdroje, služby, aplikace

Abstrakt: Tento článek popisuje základní charakteristiky portálu YouTube, objasňuje jeho důležitost a poskytované služby. První část tohoto článku se zabývá základními charakteristikami portálu YouTube, druhá část je věnována procesům souvisejícím s videem na YouTube. Hlavní náplní třetí části tohoto článku jsou uživatelé, partneři a projekty YouTube. Samostatná podkapitola nastiňuje možnosti portálu YouTube vzhledem k informačním studiím a knihovnictví. Konec čtvrté části článku zmiňuje uživatelské postihy. Poslední část tohoto článku je krátké shrnutí, obsahující výzvy, jimž bude YouTube pravděpodobně muset čelit.

Klíčová slova: AJAX, audiovizuální dokumenty, elektronické dokumenty, elektronické zdroje, Internet, portály, přenos dat, Python, uživatel, video, web 2.0, webové sídlo, WWW stránky, YouTube

English title: If you say YouTube,...

English abstract: This article describes basic characteristics of YouTube portal, explains its importance and provided services. The first part of this article is applied to basic characteristics of YouTube portal, the second part deals with processes related to videos on YouTube. YouTube users, YouTube partners and projects are mainspring of the third part of this article. Special subchapter outlines possibilities of YouTube in relation to information studies and librarianship. At the end of the fourth chapter user offences are mentioned. The last part of this article is short summary including challenges, which will YouTube probably have to face.

English keywords: AJAX, audiovisual documents, electronic documents, electronic resources, Internet, portals, data transfer, Python, user, video, web 2.0, website, websites, YouTube

1. Základní charakteristiky portálu YouTube

Co do počtu videí a počtu denních shlédnutí je YouTube bezesporu jedničkou na světě. Každý den je na portálu YouTube přehráno přes dvě miliardy videí, celkový počet videí se pohybuje v době publikování tohoto článku okolo 150 milionů. Ale co to vlastně je portál YouTube? Přestože se tato otázka může zdát naprosto zbytečná, je třeba ji položit a odpovědět na ni v několika rozdílných rovinách. YouTube je mimo jiné solidní příklad webového sídla, které naplňuje myšlenky webu 2.0. YouTube lze rovněž definovat jako portál pro sdílení videa a z hlediska technologie přenosu videí jej lze zařadit mezi stránky používající poupravené progresivní stahování. Z hlediska výstavby stránek se portál YouTube sestává hlavně z AJAXu, Pythonu a vestavěného přehrávače Flash Player od firmy Adobe. Rovněž stručný pohled do historie YouTube, popis základních dokumentů a doplňkového informačního aparátu pomáhají objasnit otázku, co je YouTube.

1.1 Web 2.0

S termínem web 2.0 souvisejí dvě pikantní skutečnosti. První zajímavost - web 2.0 nemá žádnou oficiální definici, existuje pouze bezpočet výkladů a popisů tohoto termínu. Druhá zajímavost - obdobně jako u mnoha jiných událostí v dějinách, i vznik termínu web 2.0 je přisuzován člověku, který pojem proslavil, nikoliv poprvé použil [1, s. 8].

Skutečnou autorkou termínu web 2.0 je Darcy DiNucci, která toto sousloví použila roku 1999 ve svém článku „Roztříštěná budoucnost“ v časopise Design @ New Media.

Její definice webu 2.0 zní v překladu takto: *"Web, jak jej známe nyní, tj. obrazovka plná statických prvků načítajících se do okna prohlížeče, je jen zárodek webu, který přijde. První záblesky webu 2.0 se již začínají objevovat a my pozorujeme, jak se toto embryo začíná vyvíjet. Web bude chápán ne jako obrazovky plné textu a grafiky, ale jako prostředí, jako éter, jehož prostřednictvím dochází k interaktivitě. Objeví se na obrazovce počítače [...], na televizním přijímači [...], na palubní desce [...], na mobilním telefonu [...], na herní konzoli [...], a dost možná i na vaší mikrovlnné troubě."* [2].

Hlavním popularizátorem termínu web 2.0 je Tim O'Reilly, který jej navrhl pro název konference, pořádané společností Medialife International v roce 2004. Reillyho definice webu 2.0 je následující: *"Web 2.0 je revoluce podnikání v počítačovém průmyslu, jež je způsobena odklonem v chápání webu jako platformy a pokus porozumět pravidlům vedoucím k úspěchu na této nové platformě. Klíčovým mezi těmito pravidly je toto: tvořte aplikace, které budou díky síťovému efektu s přibývajícím počtem uživatelů stále lepší."* [1, s. 8] Obě definice, ač poněkud obecné, nastiňují dle mínění autora článku několik zásadních myšlenek webu 2.0 (je samozřejmostí, že web 2.0 se neustále vyvíjí).

- Web jako platforma - odklon od izolovaného obsahu webových stránek vytvořeného jednotlivými uživateli směrem ke společnému obsahu uživatelské komunity [1, s. 11]. V případě YouTube je tato myšlenka naplněna v množství videa (tedy obsahu) a počtu uživatelů.

- Odbourávání bariéry mezi producentem a uživatelem obsahu – díky rozvoji techniky mají i laici možnost vytvářet obsah, jenž byl v minulosti tvořen převážně profesionály [1, s. 11]. Díky mnoha aplikacím a zařízením může kdokoli natáčet kvalitní video a následně jej zveřejnit, třeba na YouTube.

- Posun v komunikačním vzorci – z masového vzorce komunikace (one to many) se stává vzorec nových médií (many to many), kde jsou všichni zároveň publikem i tvůrci [1, s. 11]. V případě YouTube je uživatel, který videa nahrával, zároveň i divákem ostatních (uživateli nahraných) videí.

- Zpětná vazba a pověst – zpětná vazba je realizována v podobě hodnocení, návštěvnosti, komentování atd. a umožňuje ostatním uživatelům kvalifikovanější rozhodnutí o tom, co je a co není kvalitní. Takto vzniklá pověst (reputace) bývá hlavním kritériem třeba při vyhledávání [1, s. 13]. V rámci portálu YouTube je zpětná vazba a reputace reprezentována statistickými ukazateli, uživatelskými komentáři a hodnoceními.

- Přesun aplikací z plochy na web – tendence, kdy je k nějaké činnosti na počítači potřeba pouze webový prohlížeč (příp. spolu se zásuvnými moduly) namísto programu. Vývoj webových aplikací nikdy nekončí a respektuje postřehy a námítky uživatelské komunity. Zatímco aplikace je produktem, webová aplikace má díky neustálému rozvíjení spíše charakter služby [1, s. 13]. V rámci YouTube je takovou webovou aplikací například Editor videa či Editor titulků.

- Rozhraní pro vývojáře a mash-up – rozhraní pro vývojáře, nazývané zkratkou API (z angl. Application Programming Interface) představuje možnost dalšího nakládání s produktem (aplikací) – vylepšovat, měnit nebo z různých aplikačních vstupů vytvořit aplikaci novou, tzv. mash-up [1, s. 14]. Portál YouTube pamatuje na vývojáře, je pro ně připraven [rozcestník](#), z něž vedou odkazy k různým modulům.

- Dlouhý ocas (dlouhý chvost) – termín původně z angličtiny – long tail, popisuje změnu v ekonomicko-kulturním chování společnosti v internetovém prostředí. Zatímco tradiční prostředí, například kamenná prodejna či televize, nabízí to, po čem je poptávka, v internetovém prostředí lze nabízet i úzkoprofilové zboží, které by v tradičním prostředí nedosahovalo patřičných hodnot (např. ve sledovanosti či rentabilitě). Pokud je toto úzkoprofilové zboží na internetu k dispozici, roste po něm poptávka [1, s. 12]. Na YouTube jsou takovýmito zbožím videa, která jsou z hlediska obsahu něčím výjimečná.

- Systém typu „wiki“ - princip, na němž je založena nejen Wikipedie. Jde o obecný princip

okamžité možnosti zásahu (obohacení, vymazání, změny) příslušné stránky, avšak s dostupnou historií vývoje dané stránky pro případ, že by došlo ke zneužití či uvádění nepravdivých informací [1, s. 12].

1.2 Způsoby přenosu videa

Co se týká internetového prostředí, existují tři základní možnosti, jak může být video přeneseno k uživateli. Jedná se o stahování (angl. download), přenos datovým tokem (= proudem, angl. streaming) a progresivní stahování (angl. progressive download) [3]. Portál YouTube používá ve valné většině případů pseudostreaming, což je obohacené progresivní stahování [4, s. 29].

Stahování je nejprostější způsob, jak video přenést k uživateli. Uživatel jednoduše vyčká, než k němu ze serveru doputuje soubor jako jeden celek a následně si jej může přehrát v počítači nebo na stránkách ve vloženém přehrávači. Pro přehrání videa je nutnou podmínkou, aby byl soubor stažen do PC celý, proto lze při přehrávání libovolně video převíjet a měnit počáteční bod přehrávání. Kvůli nezbytné podmínce celého stažení souboru není stahování vhodné pro živá vysílání, ale pro přehrání videa na vyžádání (angl. video on demand), což je jiný název pro uložené video [3].

Streaming je oproti stahování náročnější, leč při kvalitním připojení pro uživatele pohodlnější. Přehrávač (ať už zobrazen v rámci WWW stránek či jako takový) se snaží o navázání nepřerušovaného spojení se streamovacím serverem. K uživateli z tohoto serveru proudí bloky dat (= pakety) s částmi videa, které se ukládají pouze do vyrovnávací paměti (angl. bufferů) přehrávače, nikoliv na pevný disk počítače. Permanentní spojení v relaci mezi přehrávačem a streamovacím serverem je důležité proto, že streamovací server dynamicky reaguje na kolísání přenosové rychlosti, přehrávač zase přijatá data, která ještě nebyla přehrána, ukládá do vyrovnávací paměti. Přijatá data mohou být téměř okamžitě přehrávána od libovolného počátečního bodu, avšak vzhledem k neukládání souboru do počítače nemůže být video nikterak převíjeno. Streaming lze použít pro živá vysílání i pro video na vyžádání. YouTube používá metodu streamingu v menšině případů, a to pro přímé přenosy [4, s. 29].

Progresivní stahování je propojením obou výše zmíněných postupů. Soubor videa je rovněž stahován ze streamovacího serveru, který ale v tomto případě slouží primárně jako úložný prostor. Stahování videa probíhá po částech, což dovoluje v duchu myšlenky streamingu sledovat video od okamžiku, kdy je k dispozici potřebná část a nemusí být ještě kompletně staženo do počítače. Soubor se ukládá do vyrovnávací paměti počítače, povětšinou na pevný disk do složky dočasných souborů internetového prohlížeče, ale nemívá standardní příponu souboru videa. Progresivní stahování se užívá pro videa na vyžádání. Manipulace s progresivně stahovaným videem, tj. převíjení a změna počátečního bodu přehrávání, je možná pouze v mezích staženého úseku videa. Při posunu jezdec přehrávače do ještě nestažené části buď video zamrzá, nebo se video začne přehrávat od začátku a nebo od počátku poslední stažené části. YouTube nepoužívá základní podobu progresivního stahování [4, s. 28].

Pseudostreaming, který YouTube vyjma přenášení živého vysílání užívá, má bezmála stejné vlastnosti jako progresivní stahování. Od progresivního stahování se pseudostreaming odlišuje tím, že je obohacen na straně streamovacího serveru o příkaz, který zajišťuje, aby video mohlo být stahováno od libovolné počáteční pozice (včetně případů posuvu jezdec přehrávače do nestažené části videa) do konce [4, s. 29].

Pro lepší objasnění rozdílu mezi pseudostreamingem a progresivním stahováním uvedme modelovou situaci. Máme dvě totožná videa, jedno na YouTube (pseudostreamované) a druhé kdekoli jinde, kde je užíváno prosté progresivní stahování. Obě videa mají délku 5:00 minut a v určitý okamžik je z nich stažen úsek od počátku do času 1:30. Pokud na YouTube posuneme jezdec přehrávače na pozici 2:40, začne se video stahovat znovu (tedy jako nový soubor do vyrovnávací paměti počítače), tentokrát od okamžiku 2:40 do konce. Pokud posuneme jezdec přehrávače na pozici 2:40 u progresivně stahovaného videa, nedojde k novému stahování videa do vyrovnávací paměti počítače

ani k přehrávání od času 2:40. Namísto toho bude pokračovat první stahování a přehrávání bude vykazovat jednu z charakteristik – zamrznutí či přehrávání od počátku nebo přehrávání od počátku poslední stažené části.

1.3 Adobe Flash Player

Adobe Flash Player je software sloužící pro prohlížení interaktivního a multimediálního obsahu především v internetovém prostředí. Flash Player je k dispozici jako zásuvný modul pro vícero webových prohlížečů, pracujících v rámci mnoha operačních systémů, včetně mobilních platforem [5]. První Flash Player byl vytvořen roku 1996, kdy byl ještě majetkem společnosti Macromedia. 18. 4. 2005 firma Adobe odkoupila společnost Macromedia a od tohoto okamžiku se z Macromedia Shockwave Player stává Adobe Flash Player. Verze, aktuální v průběhu publikování tohoto článku, je v.10.2.152.32. Flash Player pracuje se soubory typu *.SWF (animace), *.FLV a *.F4V (multimediální obsah) [6]. Na poli videa, hudby a jiných multimédií existuje bezpočet jiných přehrávačů, avšak jako vestavěný přehrávač na stránkách pro sdílení videa, YouTube nevyjímaje, má Adobe Flash Player dominantní postavení, minimálně do doby, než bude definitivně schválena specifikace HTML5. V této specifikaci je zahrnut nový párový element <video> </video>. Při jeho užití spolu s atributy ve zdrojovém kódu budou moci samotné prohlížeče přehrávat video bez nutnosti instalování zásuvných modulů, např. Adobe Flash Player [7].

1.4 AJAX

AJAX je zkratka anglických slov Asynchronous Javascript and XML a označuje sdružení několika technologií, které dohromady umožňují konstrukci webových stránek, při jejímž použití není zapotřebí při aktivitě uživatele kompletního znovunačítání stránek. Termín AJAX poprvé použil roku 2005 Jesse James Garret ve svém článku „Ajax: Nový přístup k webovým aplikacím“. Jak sám autor uvádí, AJAX funguje jako prostředník mezi webovým prohlížečem, tedy tím, co uživatel vidí, a serverem, ze kterého proudí data. Slovo asynchronní v případě AJAXu znamená, že nezávisle na sobě dochází k přenosům dat v relacích „uživatel ↔ AJAX“ a „AJAX ↔ server“. AJAX se skládá celkem ze tří skupin funkčně odlišných druhů standardů pro tvorbu internetových stránek - HTML (či XHTML) + CSS, Javascript + DOM a XMLHttpRequest [8].

Stejně jako u stránek sestavených pouze z HTML a CSS i v případě AJAXu tyto standardy zodpovídají za formu a obsah stránek, YouTube není výjimkou.

JavaScript je skriptovací jazyk založený na jazyce JAVA, vytvořený Brendanem Eiche, nynížším zaměstnancem firmy Mozilla. JavaScript je často vkládán do samotného zdrojového kódu stránek (pokud není uložen do samostatného souboru s příponou *.js) a slouží k vtělení efektů či dynamických událostí, jako jsou tlačítka a jiné ovládací prvky, textová pole či animace. JavaScript může rovněž dynamicky reagovat na uživatelské chování, např. pohyb myši nad prvky stránek. Standardizovaná forma JavaScriptu se nazývá ECMAScript [8].

DOM je zkratka pro anglický termín Document Object Model, česky objektový model dokumentu a jde o rozhraní pro programování aplikací, v tomto případě rozhraní, jehož prostřednictvím může program nakládat s XML či HTML dokumenty za užití JavaScriptu. HTML a XML dokumenty jsou zobrazeny jako hierarchicky uspořádané celky, jinak řečeno stromové struktury [9, s. 266].

XMLHttpRequest, zkráceně XHR je rozhraní, které zprostředkovává komunikaci dat mezi klientem (AJAX) a serverem. Ze strany AJAXu je za použití protokolu http odeslán požadavek, jehož výsledkem jsou data ve formátu XML či HTML a ta jsou následně promítnuta do aktuální stránky, kterou uživatel prohlíží. XMLHttpRequest prozatím není standardizován, nicméně organizace W3C připravuje jeho specifikaci [10].

Je nutné znovu zopakovat, že AJAX není žádným softwarem či standardizovaným jednotným produktem, ale pouze společným názvem pro dílčí technologie, které v součinnosti umožňují výměnu těch částí WWW stránek, jež se v závislosti na aktivitě

uživatele mění [8]. V rámci portálu YouTube lze AJAX vidět v praxi třeba při procesu hlasování, odesílání komentáře, vyhledávání, změně dílčích nastavení aj., kdy z vizuálního hlediska nedochází ke znovunačítání celé stránky, ale k pouhé obnově částí, u nichž došlo ke změně.

1.5 Python

Python je hybridní programovací jazyk, který navrhl roku 1991 nizozemský programátor, nyní zaměstnanec společnosti Google Guido van Rossum, jméno jazyka je převzato z televizního seriálu Monty Pythonův létající cirkus. Python je open-source projekt, dostupný pro širokou škálu operačních systémů a velmi dobře spolupracuje s ostatními programovacími jazyky, jako jsou C, C++ či Java. Python byl navržen pro široké spektrum použití, od vědeckých výpočtů, přes aplikace včetně grafického uživatelského rozhraní, hry až po skripty a jiné webové programování. Důraz při psaní v jazyce Python je kladen na rychlost zápisu kódu a produktivitu programátorské práce [11]. Portál YouTube je napsán v Pythonu, jak vtipně dodává sám Guido van Rossum: „Právě jsem přišel na to, (pravděpodobně jako jeden z posledních :-), že YouTube je takřka celý napsaný v Pythonu. To bude, panečku, spolupráce s vývojáři, zvláště když už jsou všichni z Googlu:-) [12]. Dalším důkazem toho, že YouTube je napsán v Pythonu, budiž jakákoliv adresa nápovědy portálu YouTube, obsahující název s příponou souboru *.py, např. při kliknutí na tlačítko Nápověda na hlavní stránce YouTube - http://www.google.com/support/youtube/bin/static.py?p=homepage&page=start.cs&hl=cs_CZ.

1.6 Vznik a historie YouTube

S trochou nadsázky lze říci, že svět sdíleného videa se dělí na období před YouTube a s YouTube. První vlaštovky v podobě portálů, které nabízejí video, lze zařadit na přelom tisíciletí, rozmach těchto stránek pak mezi léta 2004–2006 a období jakéhosi útlumu, které trvá dodnes [13]. Je důležité si uvědomit fakt, že YouTube není zdaleka první portál pro video na internetu. Pokud z této početné množiny vyřadíme portály, které nesplňují charakteristiky, jež jsou YouTube vlastní, např. výhradní specializace portálu na videa, žádný pornografický obsah, základní rozsah služeb zdarma, prohlížení videí bez nutnosti registrace, dostupnost portálu v mateřském či alespoň jednom světovém jazyce, minimální omezení z hlediska podporované kvality a/nebo délky videí, rozsah nápovědy a odborné pomoci aj., dojde k výraznému snížení počtu potenciálních konkurentů. Což nám dává odpověď, proč lze YouTube nazvat jedním z fenoménů počátku tisíciletí, díky němuž získali celosvětovou popularitu např. Jeff Dunham či Susan Boyleová.

Za zrodem YouTube stojí trojice tehdejších zaměstnanců firmy Paypal, Američan [Chad Hurley](#), narozen 1977, absolvent Indianské University v Pennsylvanii, Číňan [Steve Chen](#), narozen roku 1978 a Němec [Jawed Karim](#), narozen v roce 1979, oba absolventi oboru počítačové vědy na Illinoiské univerzitě [14].

14. února 2005 dochází k registraci domény YouTube.com [15], 23. dubna je na stránky nahráno první video s názvem „Me at Zoo“, na němž je spoluzakladatel Jawed Karim v zoo v San Diegu. Toto video je stále [dostupné](#). V květnu roku 2005 je spuštěn veřejný beta-testing stránek a v listopadu přecházejí stránky na ostrý provoz [14]. Spuštění ostrého provozu a následného rozmachu portálu i společnosti má úzkou vazbu na společnost Sequoia Capital, která poskytla společnosti YouTube v období listopad 2005 - duben 2006 jmění v úhrnné výši 11,5 milionu dolarů (zhruba 300 milionů Kč). Tato soukromá společnost stojí za prvními úspěchy i jiných firem, jako jsou Apple, Google, Electronic Arts, NVIDIA, Paypal, Meebo, Yahoo! Aj [16].

V září roku 2006 se společnost YouTube dostává do právní pře s firmou Universal Tube & Rollform Equipment kvůli ušlým ziskům, poněvadž uživatelé, ve snaze dostat se na portál YouTube, zadávají špatně adresu a píší www.utube.com, čímž dochází ke zhroucení těchto stránek [17]. Druhá, pro ekonomickou veřejnost mnohem významnější událost, byl odprodej firmy YouTube společnosti Google za 1,65 miliardy

dolarů (v přepočtu přibližně 37 miliard Kč), který se uskutečnil 13. listopadu téhož roku. Po přepočtu hodnoty akcií zbohatl Chad Hurley o 345 milionů dolarů, Steve Chen si přišel na 326 milionů dolarů, Jawed Karim, který společnost YouTube opustil, aby se mohl věnovat studiu počítačové vědy, navýšil své jmění o 64 milionů dolarů. Společnost Sequoia Capital, která poskytla společnosti YouTube do začátků 11,5 milionu dolarů, obdržela 442 milionů dolarů [18].

Rok 2007 je kromě dalšího velkého nárůstu videí i diváků významný z hlediska jazykového rozmachu, v období od 16. června do 13. listopadu dochází ke spuštění 17 geografických a jazykových mutací, čeština mezi nimi zatím chybí. Roku 2008 je spuštěno 5 dalších jazykových mutací portálu, mezi nimi i česká, a to ke dni 9. října 2007 [19]. V listopadu téhož roku uzavírá YouTube dohodu se společnostmi MGM a CBS o poskytnutí práv na zveřejňování filmů a seriálů z jejich produkcí. Tento krok přesahuje pouhé dohody ve věci autorských práv, které má YouTube uzavřeny s mnoha dalšími společnostmi, jako jsou Viacom, Warner Music, BMG aj., a je reakcí na dohody uzavřené mezi portálem Hulu na straně jedné a NBC, FOX a Disney na straně druhé [14].

Konec roku 2008 a rok 2009 se nesl zejména v duchu zavádění novinek, nejprve poměr stran přehrávače 16:9 a podpory přehrávání videí v poměru stran 16:9. Rovněž byly spuštěny funkce zobrazení videa 720p a 1080p [20], o tom podrobněji v článku „YouTube, aneb tajemství videa a zvuku“. Další novinkou, spuštěnou v červenci 2009, byla 3D videa, k jejichž sledování jsou zapotřebí speciální brýle [19]. V říjnu téhož roku překonává YouTube psychologickou hranici, když jej navštěvuje miliarda uživatelů za den [21]. Od 13. března 2010 jsou postupně ukončovány podpory pro zobrazování stránek na starších verzích prohlížečů, jako jsou Internet Explorer 6 a nižší, Mozilla Firefox řady 2.x či Opera řady 9.x [22]. 31. března téhož roku je spuštěno inovované grafické rozvržení portálu, jež se od předchozího liší zejména snížením počtu náhledů a odkazů na všech stránkách [23]. V květnu 2010 se denní návštěvnost portálu vyšplhala na 2 miliardy uživatelů a YouTube se tak stává třetí nejnavštěvovanější internetovou stránkou, v závěsu za vyhledávačem Google a sociální sítí Facebook [24]. Na přelomu října a listopadu 2010 oznamuje Chad Hurley, spoluzakladatel YouTube, svůj záměr rezignovat na funkci výkonného ředitele společnosti a jako svého nástupce navrhuje Salara Kamangara, íránského obchodníka a viceprezidenta pro Google's Web Applications [14].

1.7 Závazné dokumenty

Přestože portál YouTube disponuje, zejména v anglické mutaci, velmi obsáhlou nápovědou, je nutné zmínit 4 závazné dokumenty, které vymezují obsah videí či chování uživatelů.

[Smluvní podmínky](#) jsou nejdůležitějším dokumentem, kterému by měl každý uživatel, jenž se na portál YouTube zaregistroval nebo tak hodlá učinit, věnovat pozornost a musí potvrdit, že se s nimi obeznámil. V době vzniku článku je jejich aktuální verze z 9. června 2010. Smluvní podmínky definují základní vztah mezi YouTube a uživatelem, přípustné chování uživatelů, obsah nahrávaného materiálu, omezení odpovědnosti YouTube a vyloučení záruky. Smluvní podmínky dále odkazují na dokument Pokyny pro komunitu YouTube, Sdělení k ochraně osobních údajů a dokument s návodem, jak podat Oznámení o porušení autorských práv.

Druhým nejdůležitějším dokumentem jsou [Pokyny pro komunitu YouTube](#), informující uživatele o tom, jaký obsah videa nemá na portálu YouTube místo, např. pornografie, násilí, týrání zvířat, výroba či (po)užívání výbušnin a drog, drastické záběry, diskriminační materiály, porušování soukromí, spam a videa, k nimž nahrávající uživatel nemá veškerá autorská práva či povolení.

[Sdělení k ochraně osobních údajů](#), mají informativně doporučující charakter. V dokumentu je uvedeno, za jakých podmínek a s jakými informacemi může YouTube dále nakládat, spolu s informacemi týkajícími se placeného obsahu, tedy reklamy.

[Oznámení o porušení autorských práv](#), je stránka s návodem, jak postupovat, cítí-li

se uživatel dotčen stran jeho [autorských práv](#), více v části **3.9** tohoto článku.

Smluvní podmínky pro [placený obsah](#) (reklamu) nejsou jako přeložený dokument v české mutaci YouTube k dispozici. Jsou částečně zmíněny ve Sdělení k ochraně osobních údajů a v dokumentech o [nevhodném obsahu reklam](#), a v [Technické specifikaci reklam](#).

1.8 Užitečné odkazy v rámci portálu

Užitečné informace jsou uživatelům v rámci portálu YouTube dostupny třemi základními způsoby – přes rozcestníky, nazývané centra a rozbočovače, blogy a přes fóra.

YouTube má pro uživatele k dispozici 2 centra a 5 rozbočovačů. [Centrum nápovědy](#), zkr. Nápověda, je hlavním zdrojem informací v případě nejasností a potíží technického druhu, zatímco [Centrum bezpečnosti](#) je rozcestníkem pro případ, že video či uživatel nějakým způsobem porušují základní smluvní dokumenty, více v části **3.8** tohoto článku.

[Autorský koutek](#) je souborem odkazů na fórum, blog, seznam slev na vybraný hardware a software a soupis návodů pro ty, kteří se zabývají tvorbou videí, hudby, titulků a jiného autorského obsahu, který chtějí na YouTube zveřejnit. Rozbočovače [Partneři](#) a [Inzerenti](#) jsou obsažným souhrnem informací pro Partnery YouTube, jejichž cílem je generování zisku na portálu YouTube, blíže o nich v částech **3.3**, **3.4** a **3.5** tohoto článku. Rozbočovač [Vývojáři](#) slouží příchozím programátorům, kteří chtějí nějakým způsobem přispět svými schopnostmi ve jménu funkčnosti či estetického ztvárnění portálu YouTube. Rozbočovač [Tiskové středisko](#) je souhrnem informací, odkazů a produktů YouTube pro veřejnost.

YouTube má pro čtenáře a přispěvatele k dispozici pětici blogů:

- [blog YouTube](#), který má všeobecně zpravodajskou povahu
- [obchodní blog](#), jenž byl zaměřen na události ze světa obchodu a ekonomiky, nyní sloučen s hlavním blogem YouTube
- [blog autorského koutku](#), na němž lze najít zprávy, rozhovory, tipy a triky z oblasti umění a kultury
- [blog CitizenTube](#), jehož obsahem jsou zprávy a příběhy osob, ať už z politického, kulturního či všedního života
- [vývojářský blog](#), na němž jsou zveřejňovány novinky a návody z oblasti tvorby webu.

Fóra jsou k dispozici na YouTube dvě a slouží k vzájemné komunikaci nad aktuálními a/nebo problematickými záležitostmi:

- [Fórum Nápovědy](#) slouží jako doprovodný nástroj pro řešení technických potíží
- [Fórum pro vývojáře](#) slouží k řešení potíží a diskuzi nad konstrukcí portálu YouTube.

2. Procesy s videem na YouTube

Nyní, když již máme základní povědomí o tom, co je portál YouTube, podívejme se podrobněji na proces nahrávání videa, způsob jeho zařazení a uživatelskou odezvu, tedy komentování, hodnocení, odkazování a statistické výstupy. YouTube si klade za cíl být portálem „pro-uživatelským“, tj. co nejméně zasahovat do práv a videí registrovaných uživatelů, k čemuž jsou zde stanoveny smluvní podmínky a Pokyny pro komunitu, které uvádějí, co uživatelé mohou a co nesmějí. Na úrovni videa střeží autorská práva Nástroj pro identifikaci obsahu, poněvadž i na práva vydavatelů či distributorů musí být ze strany portálu YouTube brán zřetel.

2.1 Nahrávání videa, jeho vyhledávání a kategorizace

V základu lze říci, že YouTube přijímá tyto [formáty](#) - *.3gp, *.avi, *.mp4, *.flv, *.mkv, *.mov, *.mpeg, *.mpg a *.wmv, více o nich v článku „YouTube, aneb tajemství videa a zvuku“. Nahrávat video směřují pouze přihlášení uživatelé. Než přikročí k samotnému nahrávání, měli by znát omezení, vztahující se k video souboru – nelze nahrávat jiný,

než video soubor, ten musí být v podporovaném formátu a nesmí být [větší než 2 GB](#) [25]. Pro nahrávání souborů větších než 2 GB je určen Rozšířený Uploader, viz dále. Problematika rozlišení videa a přehrávání je rozvedena v části **1.3** tohoto článku, a bude podrobněji zmíněna v článku „YouTube, aneb tajemství videa a zvuku“. Na tomto místě je nutné uvést zásadní poučku - neměnit poměr stran videa a nevkládat ani [svislé](#), ani [vodorovné](#) pruhy.

V české mutaci nápovědy je chybně uváděno, že video nesmí být delší než 15 minut, přestože tento limit byl v první dekádě prosince roku 2010 ze strany YouTube zrušen [25].

Neméně důležité jsou smluvní podmínky, autorskoprávní doporučení a zásady komunity YouTube, o nich podrobněji v částech **1.8, 1.9, 3.9 a 3.10** tohoto článku.

Obr. č.1 : Procedura nahrávání videa z PC

YouTube [Vyhledat] [Procházet] [Nahrát] MacGyver5AF | Odhlásit

Nahrání videosouboru

Lucy Liu a Jane Krakowski - Ally McBeal - Na parket.mp4 (5.66 MB)

Průběh nahrávání: 48% [zrušit](#)
Zbývá méně než minuta...

Náhled:

Informace o videu a nastavení ochrany osobních údajů

Název: Lucy Liu a Jane Krakowski - Ally McBeal - Na parket.mp4

Popis:

Značky:

Kategorie: - Vyberte kategorii -

Ochrana osobních údajů:

- ☒ Veřejné (video může vyhledat a přehrát kdokoli – doporučeno)
- ☐ Neuvedené (video může přehrát každý, kdo k němu má odkaz) [Další informace](#)
- ☐ Soukromé (prohlížení je umožněno pouze konkrétním uživatelům YouTube)

[Uložit změny](#) nebo [Přeskočit](#)

Možnosti sdílení

Adresa URL:

Vložit:

Přímé nahrávání na YouTube z mobilu
Víte, že videa můžete nahrávat přímo ze svého mobilního telefonu?
[Nastavit](#) | [Další informace](#)

Pokročilé nahrání videa
Podpora pro velké soubory (> 2 GB) a možnost pokračovat v přerušeném nahrávání (vyžaduje jazyk Java).
[Vyzkoušet](#) | [Další informace](#)

Důležité: Nenahrávejte na YouTube bez povolení žádné televizní pořady, hudební videa, záznamy koncertů ani reklamy, pokud neobsahují pouze vámi vytvořený obsah.
Stránky [Tipy týkající se autorského práva](#) a [Pokyny pro komunitu](#) vám mohou pomoci rozhodnout, jestli vaše video porušuje něčí autorská práva.
Kliknutím na tlačítko [Nahrát video](#) prohlašujete, že toto video není v rozporu se [Smluvními podmínkami](#) YouTube a že vlastníte všechna autorská práva k tomuto videu nebo máte svolení k jeho nahrání.

Video se dá na YouTube nahrávat čtyřmi různými způsoby, viz **Obr. č.1**:

- 1) přes [mobilní telefon](#) zasláním MMS na unikátní e-mailovou adresu vlastního uživatelského účtu
- 2) přes [webovou kameru](#)
- 3) prostým nahráním souboru z počítače
- 4) dávkovým nahráváním skrze [Rozšířený Uploader](#).

Přes veškerou snahu autora nebylo možné přes webovou kameru nic nahrávat. Všechny tři prohlížeče byly při pokusu o povolení zobrazení výstupu webkamery ve Flash Playeru nestandardně ukončeny (tzv. „pád aplikace“). Pokus o dávkové nahrávání přes Rozšířený Uploader dopadl uspokojivě, tento způsob je určen pro dávkové nahrávání (po blocích s možností přerušení nahrávání) souborů větších než 2 GB. Nahrávání přes mobilní

telefon je funkční, nicméně lze doporučit ekonomicky výhodnější mezikrok – přesunutí videa z mobilu do počítače, zde jej upravit a následně nahrát jako soubor z počítače dle bodu 3).

Prosté nahrávání videa z PC na YouTube probíhá následovně – je zapotřebí vybrat soubor určený k nahrávání a opatřit ho identifikačním aparátem – názvem, popisem, tagy, zařazením do kategorie videí a specifikovat, zda bude video veřejné, soukromé nebo [neuvedené](#).

Název videa je selekční a měl by vystihovat základní obsah videa, popis slouží k obšírnější charakteristice videa nebo k uvedení doprovodných informací, tagy (značky) jsou uživateli volně tvořená klíčová slova, pomocí nichž může být video vyhledáváno, a výběr [kategorie](#) slouží k „tematickému zařazení“.

Předmětem vyhledávání v rámci portálu YouTube jsou nejčastěji názvové údaje, masky pro vyhledávání (= modul s panely nástrojů) jsou přístupné na valné většině stránek YouTube. Vyhledávací proces probíhá v názvech videí, v popisech videí a v tagových oblacích. Výsledky lze třídit za pomoci různých kritérií, viz. **Obr. č.2** – povaha výsledku, řazení výsledků, datum nahrání, kategorie (viz níže), délka videa, původ a dostupné funkce.

Obr. č.2 : Řazení výsledků vyhledávání

The screenshot shows the YouTube search interface. At the top, the search bar contains 'VOŠIS'. Below the search bar, the results are titled 'Výsledky vyhledávání pro dotaz VOŠIS'. A dropdown menu is open, showing sorting options: 'Seřadit podle: Relevance', 'Relevance', 'Datum nahrání', 'Počet zhlédnutí', and 'Hodnocení'. The main content area displays a list of video results, including 'VOŠIS Praha', 'Den na VOŠIS: Director's Cut', and 'VOŠIS v Malaze'. Each result includes a thumbnail, title, description, author, and view count.

[Kategorie](#) a [podkategorie](#) (do nichž videa po nahrání spadají, viz **Obr. č.3**), jsou z hlediska věcného pořádání informací hierarchické fasety. Tyto fasety se při činnosti návštěvníka aplikují na množinu videí, uživatelských kanálů a typů těchto kanálů, viz část **3.2** tohoto článku.

Kategorie, do nichž jsou videa a kanály uživatelů rozřazovány, slouží uživatelům, kteří upřednostňují hledání podle obsahu před vyhledáváním podle názvových parametrů. Počet kategorií je 15 a jsou následující:

- Auta a dopravní prostředky (Autos & Vehicles)
- Cestování a události (Travel & Events)
- Hraní her (Gaming)

- Hudba (Music)
- Jak na to a styl (Howto & Style)
- Komedie (Comedy)
- Krátké a kreslené filmy (Film & Animation)
- Lidé a blogy (People & Blogs)
- Neziskové organizace a aktivismus (Nonprofits & Activism)
- Sport (Sports)
- Vzdělávání (Education)
- Věda a technologie (Science & Technology)
- Zprávy a politika (News & Politics)
- Zvířata a domácí mazlíčci (Pets & Animals)
- Zábava (Entertainment)

Obr. č. 3 : Rozřazení videí v kategoriích

The screenshot shows the YouTube homepage interface. On the left, there is a sidebar with a 'Kategorie' (Categories) menu. The main content area displays a grid of video recommendations, each with a thumbnail, channel name, and view count. The interface includes a search bar at the top, navigation links like 'Procházet' and 'Nahrát', and a user profile 'MacGyver5AF'.

Kategorie (Left Sidebar):

- Auta a dopravní prostředky
- Komedie
- Vzdělání
- Zábava
- Krátké a kreslené filmy
- Hraní her
- Jak na to a styl
- Hudba
- Zprávy a politika
- Neziskové organizace a aktivismus
- Lidé a blogy
- Zvířata a domácí mazlíčci
- Věda a technologie
- Sport
- Cestování a události
- Baviči
- Hudebníci
- Mistři
- Neziskové organizace
- Partneři
- Reportáže
- Režiséři
- Sponzoři
- Soutěže**

Video Recommendations Grid (Main Content):

Video	Kanál	Počet videí	Počet zhlédnutí
tekken90CZ	vodafoneczech	28	151
vytmanizraje	ChampionshipMusic4	1	3
R3KLAMY	ZveCz	198	286
tmobilecz	JerryTheMessiah	91	42
NBAErik	acsparatofficial	1 096	130
EXOcontralto	kazdydenjdeozivot1	115	19
Orchestr YouTube 2011	Orchestr YouTube 2011	121	323 066
Vybraná videa z internetu	Vybraná videa z internetu	173	216 352
Akcční nabídka produktů	Akcční nabídka produktů	26	163 840
Jsi dostatečně zkušený?	Jsi dostatečně zkušený?	25	132 087
Reklama Google	Reklama Google	31	114 436
EeMeReSon	EeMeReSon	33	97 730
MobilManiaCZ	MobilManiaCZ	190	95 337
vojtkraidan007	vojtkraidan007	8	67 322

Kategorie Soutěže a Mohlo by se vám líbit jsou sice na hlavní stránce kategorií přítomny, avšak v případě soutěží nejde toliko o kategorii jako spíše o projekt nějakého partnera YouTube. Stejně tak kategorie Mohlo by se vám líbit není kategorií v pravém smyslu slova, ale výsledek, sdružující různá videa na základě předchozí uživatelské „divácké aktivity“.

Při nahrávání lze zvolit, do jaké kategorie bude video zařazeno. Pokud uživatel žádnou kategorii sám aktivně nezvolí, je video zařazeno do kategorie „Lidé a blogy“. Bohužel,

do všech kategorií jsou zařazována i videa, která zde nemají co pohledávat. Vzhledem k tomu, že mnozí uživatelé nevěnují pozornost parametrizaci údajů svého videa, dochází ke dvěma neblahým jevům – 1) kategorie jsou zapleveleny a ztrácejí smysl, a 2) videa, byť s hodnotným obsahem, zůstávají bez divácké odezvy.

Vyplňování základních údajů probíhá v momentě, kdy je video nahráváno na portál YouTube, viz **Obr. č.4**. Průběh lze sledovat pomocí stavového řádku (status bar) a pomocí zobrazovaných obrazových miniatur.

Následně je video zpracováváno serverem YouTube – porovnáváno s referenčními soubory Audio a Video ID, viz část **2.6.1** tohoto článku, a převedeno do jednoho z formátů *.flv a *.mp4, aby mohlo být přehráváno ve Flash Playeru, resp. mohlo být staženo nahrávajícím uživatelem.

Obr. č. 4 : Průběh nahrávání videa

The screenshot shows the YouTube video upload interface. At the top, the YouTube logo is on the left, and a search bar with the text 'Vyhledat' is on the right. Below the search bar are links for 'Procházet', 'Nahrát', and a user profile 'MacGyver5AF' with a dropdown arrow, and a link 'Odhlásit'.

The main section is titled 'Nahrání videosouboru'. It features a progress bar for the video 'Lucy Liu and Jane Krakowski - Ally McBeal - Let's Dance' (5.66M), which is at 100% completion. A green banner above the progress bar states: 'Za okamžik bude vaše video k dispozici na adrese: http://www.youtube.com/watch?v=AHMB61gz_4s'. Below the progress bar, technical details are listed: Formát: MOV, Rozměry: 512x384 pixelů, Kodek videa: H264, Zvukový kodek: MP3. A row of five video thumbnails is shown below these details, with the text 'Zpracovává se 100% — Zpracování bylo dokončeno' underneath.

Below the thumbnails is a section titled 'Informace o videu a nastavení ochrany osobních údajů'. It contains several input fields: 'Název' (filled with 'Lucy Liu and Jane Krakowski - Ally McBeal - Let's Dance'), 'Popis' (filled with 'Lucy Liu and Jane Krakowski are dancing to music played by Big Bad Voodoo Daddy band'), and 'Značky' (filled with 'Lucy Liu, Jane Krakowski, Ally McBeal, dance, Big Bad Voodoo Daddy Band'). There are also buttons for '+ opening theme', '+ sneak peek', '+ tough guys', and 'Přidat vše'. A 'Kategorie' dropdown menu is set to 'Komedie'. At the bottom, there are radio buttons for 'Veřejné' (selected), 'Neuvedené', and 'Soukromé', with a link 'Další informace' next to 'Neuvedené'. At the very bottom, there are buttons 'Uložit změny' and 'Přeskočit'.

On the right side of the page, there are two informational boxes. The first is titled 'Přímé nahrávání na YouTube z mobilu' and includes a link 'Nastavit | Další informace'. The second is titled 'Pokročilé nahrání videa' and includes a link 'Vyzkoušet | Další informace'. Below these is a 'Důležité' section with text about copyright and a link 'Stránky Tipy týkající se autorského práva a Pokyny pro komunitu'.

2.2 Dřív než přijde zpětná vazba

Je mylné se domnívat, že úloha uživatele je po nahrání videa u konce. Ba právě naopak, nyní má jedinečnou příležitost do značné míry ovlivnit, jestli se jeho video bude těšit nebývalé popularitě, nebo bude návštěvnost mizivá.

Podvodné jednání není cizí ani uživatelům YouTube. Návštěvnost videa lze nečestně zvýšit například tím, že si uživatel vytvoří mnoho přihlašovacích účtů a tato „alter-ega“ pak nahánějí statistiky hodnocení a komentování tím, že hodnotí dotyčné video. Druhou nečestnou metodou je stažení či vytvoření aplikace či skriptu, kterým je neustále

obnovována stránka, na níž se video přehrává.

Na kartě „[Má videa](#)“ je každé nahrané video zobrazeno v samostatném výseku, viz **Obr. č.5**, a lze s ním provádět následující operace:

1) Přidat do – slouží k zařazení videa mezi oblíbená videa nebo do fronty videí, určených k pozdějšímu přehrávání.

2) Smazat – Trvalé odstranění videa.

3) Seřadit podle + Hledat – funkce určené k vyhledávání a pořádání nahraných videí.

Po rozkliknutí bubliny Informace lze s videem dále nakládat těmito způsoby:

4) Upravit – Uživatel je přesměrován na stránku s [vlastnostmi videa](#), kde by měl revidovat již nastavené parametry, přiřadit videu obrazovou miniaturu a především nastavit [parametry pro sdílení a vysílání](#). Nastavení místa a data pořízení videa slouží k informativním účelům uživatele, který video vystavil.

5) Poznámky – Funkce, kdy může uživatel (případně i ostatní uživatelé) video opatřit [poznámkami](#) nebo jimi nahradit zvuk, pokud chybí nebo není zřetelný.

6) Audioswap – Jde o [zvukovou výměnu](#), původní zvuková stopa videa je trvale nahrazena licencovanou hudební skladbou.

Obr. č.5 : Videa uživatele a jejich úpravy

7) Titulky – Možnost k videu přiřadit soubory s [titulky](#) (pokud nejsou titulky již součástí obrazu) ve formátu ***.sub** či ***.srt**. Jedno video může mít přiřazen libovolný počet [souborů s titulky](#), limitován je pouze počet stop titulků na soubor – 1 soubor = 1 titulky. Dále je zde možnost „strojového přepisu zvuku“, tedy funkce rozpoznávání toho, co je ve videu říkáno.

8) Stáhnout ve formátu MP4 – Uživatel, jenž video vystavil, má možnost si jej stáhnout. Omezení pro počet stažených videí je nastaveno na 2 videa za hodinu.

9) Propagovat – Přesměruje uživatele na stránku s návody, jak video parametrizovat pro užití jako reklamu, viz část **3.4** tohoto článku.

Parametry sdílení a vysílání videa, nastavitelné na stránce Upravit, rozhodují

o uživatelské zpětné vazbě. Uživatel má k dispozici 3 možnosti, jak se ke všem formám feedbacku postaví, může je povolit, povolit podmíněně - veškeré reakce musí nejprve schválit, nebo je úplně zakázat. Další možností zákazu zpětné vazby je nepovolit ji konkrétnímu uživateli. Feedback se dá rozdělit do 2 hlavních skupin – Komentáře a hodnocení, jimž se věnuje část **2.2.1** tohoto článku, videoodpovědi a sdíleno s vámi, rozebrané v části **2.2.2** tohoto článku. Údaje týkající se zpětné vazby jsou zobrazitelné ve statistikách, viz část **2.2.3** tohoto článku. Zvláštní formou zpětné vazby je i přidání videa mezi oblíbené, kdy je uloženo uživatelem do jeho seznamu „Oblíbená videa“.

2.2.1 Komentáře videa a hodnocení

Pokud je povolen, bývá [komentář](#) nejběžnější způsob, jak ostatní uživatelé zaujmají stanovisko ke sledovanému videu. Komentář směřuje přidávat pouze přihlášení uživatelé. Pod sledovaným videem je odkaz „Odpovědět na toto video“, po jeho stisknutí se objeví textové pole, do něž se komentář wpisuje. Maximální možná délka komentáře je 500 znaků. Poté, co je uživatel s formulací spokojen, zveřejní komentář kliknutím na „Záznam“. Po obnovení stránky je komentář zobrazen.

I když jsou komentáře bezvýhradně povoleny, stává se, že po jejich formulaci a zveřejnění [nedojde k jejich zobrazení](#). Chyba nastala při odesílání a nezbyvá, než komentář znovu naformulovat a odeslat. Autorova zkušenost je taková, že počet chyb při odesílání je max. 1 chyba na 5 pokusů o odesílání.

V určitých případech není komentář trvale zobrazen. Uživatel, jehož video bylo hodnoceno, má možnost komentář smazat a ten již nadále nebude dostupný (pouze pro interní potřebu YouTube). Komentář může také být uživateli [ohodnocen jako spam](#). Obdrží-li takový komentář dostatečný počet spamových ohodnocení, je zobrazena hláška „Komentář(e) označený(é) jako spam“. Přesto lze tyto komentáře rozkliknutím zobrazit.

Pokud jej uživatel zapne, je [hodnocení](#) dalším nástrojem zpětné vazby. Přihlášený uživatel má možnost pod sledovaným videem hodnotit pomocí stisku myši kladně (palec vzhůru) nebo záporně (palec dolů). Celkové hodnocení videa je prostým matematickým poměrem kladných a záporných ohodnocení, zobrazených vpravo pod sledovaným videem. Hodnocení videa [nelze změnit](#), uživatel má jednu nevratnou možnost hodnocení. Uživatel nemá právo hodnotit vlastní video.

Další možností je hodnotit komentář jiného uživatele. Pravidla tohoto hodnocení jsou obdobná jako u hodnocení komentářů serveru www.novinky.cz, stisk palce nahoru přidává +1 bod, stisk palce dolů přidává -1 bod. [Hodnocení komentáře](#) nelze vzít zpět, uživatel může ohodnotit komentář pouze jednou.

2.2.2 Videoodpovědi a funkce Sdíleno s Vámi

Uživatelé, kteří se nechtějí spokojit pouze s hodnocením či komentováním, mohou zveřejnit [videoodpověď](#). Videoodpověď je zobrazena ve formě obrazové miniatury pod sledovaným videem. Existují celkem 3 různé způsoby, jak lze videoodpovědi zveřejňovat:

- 1)** odpověď za užití webkamery (obdoba jako nahrávání videa přes webovou kameru)
- 2)** zvolit video (uživatel vybere jedno ze svých videí a přiřadí jej jako videoodpověď)
- 3)** nahrát video (klasické nahrání videa a jeho následné zvolení jako videoodpovědi).

Jedno video **může mít** libovolný počet videoodpovědí, tedy relace 1:N. Avšak video **může být** užito jako videoodpověď pouze jednou, tedy relace 1:1. Uživatel si tedy musí rozmyslet, k jakému videu vystaví své video jako videoodpověď. Konečné slovo ohledně [zveřejnění videoodpovědi](#) (pokud je bezvýhradně nepovolil či naopak striktně nezakázal) má uživatel, pod jehož video bude videoodpověď přiřazena.

Videoodpověď je vynikající možnost, jak může uživatel, kromě pečlivého popisu

a nastavení, navýšit sledovanost vlastního videa. Miniatura videoodpovědi je zobrazena přímo pod přehrávaným videem nebo pod první dvojicí komentářů právě přehrávaného videa, uživatelé tudíž při přechodu na videoodpověď musejí myší urazit pouze malou vzdálenost.

„[Sdíleno s Vámi](#)“ je funkce přístupná přes informace o uživatelském účtu. Kdykoliv uživatel klikne na stránce s přehrávaným videem na tlačítko „Sdílet“, může dotyčné video vystavit na profilu sociální sítě. Samozřejmě je toto video uvedeno i v soupisech uživatelského účtu jako sdílené.

[Sdílení](#) na sociální síti a uvedení v soupise cizího uživatelského účtu jsou další výborné příležitosti, jak video zvýšit sledovanost. Zatímco videoodpověď je prostředkem orientovaným spíše na zvýšení sledovanosti u komunity YouTube, [sdílení](#) je vhodnější pro prezentaci videa mimo portál YouTube.

2.2.3 Statistiky

Měřitelné údaje zpětné vazby jsou soustředěny ve [statistikách videí](#). Statistiky jsou dostupné např. přes kartu „Má videa“, kliknutím na tlačítko Informace, viz **Obr. č. 6** a dělí se na 6 ukazatelů:

1) Souhrn – Tato karta zobrazí veškeré ukazatele pro všechna uživatelem nahraná videa.

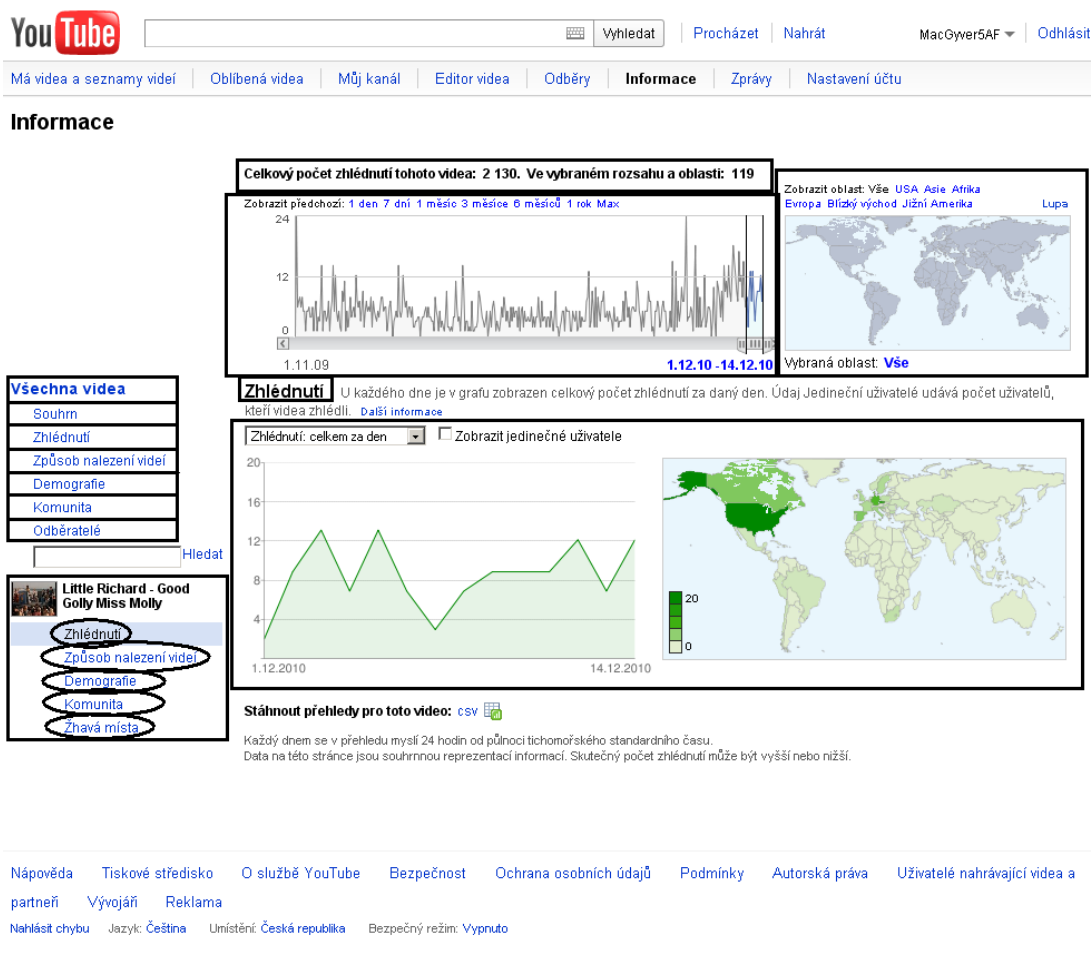
2) Zhlédnutí – Statistické ukazatele dostupné pro všechna videa či pro každé video zvlášť. Obsahuje [spojnicové grafy](#) s vyobrazeným [počtem zhlédnutí](#) vztaheno k času a mapy světa pro zobrazení rozprostření divácké základny.

3) Způsob nalezení videí – Ukazatele dostupné pro všechna videa i pro každé zvlášť. Vrchní spojnicový graf počtu shlédnutí videí a mapa s diváckou základnou zůstávají i u tohoto souboru statistik, pod nimi je graf, v němž jsou spojnicově či složeně zobrazeny podíly [způsobů, jimiž je video nalézáno](#).

4) Demografie – [Ukazatele](#) dostupné opět ve dvou režimech – pro jedno či všechna videa. Graf celkového počtu shlédnutí je stále dostupný, vespod se nachází sloupcový graf věkových kategorií uživatelů (je možno jej rozdělit na dvojici složených sloupců pro muže a ženy zvlášť), kteří video sledovali, a kruhový graf podílu mužů a žen sledujících videa/video.

5) Komunita – [Dva režimy ukazatele](#), horní dvojice grafů přítomna, pod nimi spojnicový graf sdružující údaje (lze je přepnutím zobrazit i zvlášť) o komentování, hodnocení a přidávání mezi oblíbená videa.

Obr. č.6 : Rozcestník statistických ukazatelů



6) Žhavá místa – [Ukazatel](#) dostupný pouze jako statistika jednoho videa, graf pomocí křivky zobrazující pozornost sledujících. Pokles křivky indikuje vypnutí či přepnutí uživatele na jiné video. Vzestup křivky je odrazem opakovaného zobrazování videa nebo jeho určité části.

7) Odběratelé – Kombinace časové osy a soupisu uživatelů, kteří se přihlásili k [odběru videí](#) (informací o nahrání videí) jiného uživatele.

Údaje z karet „Způsob nalezení videí“ a „Komunita“ mohou uživateli, který video zveřejnil, posloužit k tomu, aby vhodně upravil informační aparát videa, změnil zařazení videa v rámci kategorií nebo aby posílil propagaci svého videa uvnitř i mimo stránky YouTube.

2.3 Problémová videa

Ať už je na vině uživatelův úmysl či nikoliv, stává se, že je video nějakým způsobem „závadné“. Následující řádky nastiňují způsoby, kterými se video stává problémovým. Důsledky, které z toho vyplývají, jsou rozvedeny v části **3.8** tohoto článku. Možnosti, kdy může být video problémové, jsou tři:

- 1) video porušuje „Pokyny pro komunitu YouTube“, viz část **3.10** tohoto článku
- 2) video nějakým způsobem porušuje autorská práva, viz část **3.9** tohoto článku
- 3) video bylo shledáno pomocí „Nástroje identifikace obsahu“ jako shodné s referenčním video souborem, viz část **2.3.1** tohoto článku.

2.3.1 Nástroj identifikace obsahu

[Nástroj identifikace obsahu](#), známější pod mezinárodně srozumitelnými zkratkami [Video](#)

ID a Audio ID, slouží jako softwarové [střežení autorských práv](#). Tento nástroj je určen pro držitele autorských práv k dílům, u nichž dochází či může docházet k užití jinými uživateli bez příslušných oprávnění.

Nástroj identifikace obsahu funguje následujícím způsobem – vlastník práv po zaregistrování poskytne YouTube zvukovou a/nebo obrazovou stopu, jejich metadata a zásady pro případ shody. Z obrazové a/nebo zvukové stopy se stává referenční soubor a všechna videa jsou při nahrávání s těmito soubory porovnávána na shodu. Zásady pro případ shody jsou – blokovat, sledovat nebo zpeněžit.

Blokování znamená, že v případě shody obrazové složky bude video zneprístupněno, v případě shody zvukové složky video oněmí.

Sledování (watching) je takový případ shody, kdy je video v pořádku, a vlastníkově autorských práv / uživateli budou zasílány podrobné informace o návštěvnosti, komentování a jiných ukazatelích.

Při zpeněžení je video zobrazováno s reklamou.

Zásady mohou být uplatňovány s teritoriální rozdílností, tj. video může být v určité zemi sledováno, v jiné zpeněženo a někde blokováno. Uživatel, který má důvodné podezření na [chybné porovnání shody](#), může podat námitku (pomocí formuláře) proti chybné identifikaci shody. Následuje reakce subjektu, jenž poskytl referenční materiál. Výsledkem je odebrání či ponechání videa na YouTube.

3. YouTube jsou lidé

Zásadním obsahem portálu YouTube jsou bez diskuze videa, nicméně i sebevětší počet videí by z YouTube neudělal jedničku mezi servery pro sdílená videa, kdyby skutečnou hybnou silou nebyli lidé, přesněji uživatelé, jejichž komentáře, videoodpovědi, hodnocení, ale i připomínky, náměty a stížnosti z YouTube činí živoucí útvar. Následující část se zabývá uživateli, partnery a jejich aktivitami, jimiž utvářejí vlastní prostor v rámci YouTube a případně ovlivňují ostatní uživatele. Stručně je nastíněno možné využití portálu YouTube ve vztahu k oborům informačních a knihovnických studií.

3.1 Uživatel YouTube – Uživatel Google

Když byl v listopadu 2006 portál YouTube odkoupen společností Google za 1,65 miliardy amerických dolarů, dle přepočtu tehdejšího kurzu asi 37 miliard Kč, bylo jasné, že musí dojít ke sblížení, k propojení služeb společností Google a YouTube. To se projevilo například tím, že v současné době se lze na YouTube registrovat či přihlašovat pouze dvěma způsoby a oba dva se uskutečňují za užití [uživatelského účtu Google](#).

První možnost pro uživatele, kteří mají účet u YouTube déle než od prvního čtvrtletí roku 2007, je [spřažení účtu](#) YouTube s novým či existujícím účtem Google. Přihlašování pak probíhá za užití uživatelského jména YouTube a hesla k účtu Google, nebo za užití uživatelského jména i hesla Google.

Druhá možnost, jak se stát uživatelem YouTube, je vytvořit si (nebo již mít) účet Google a [do služeb účtu Google vtělit produkt YouTube](#). Přihlašování do YouTube pak bude probíhat vždy pomocí uživatelského jména a hesla k účtu Google.

Jedna konkrétní osoba může mít několikero YouTube účtů, ať už se stejnou či odlišnou e-mailovou adresou.

Při nesrovnalostech či potížích jsou uživatelům k dispozici [články nápovědy YouTube](#) a [nápověda k účtům Google](#).

Při [ověřování účtu Google](#) (a tedy i účtu YouTube) může být použit mobilní telefon. Společnost Google deklaruje, že číslo mobilního telefonu nepoužije pro jinou než interní potřebu a že nebude uživatele kontaktovat, pokud si to nevyžádá. Nicméně i tak na autora článku působí tato praktika značně nedůvěryhodně. Autor má osobní zkušenost s podvodným e-mailem, snažícím se vzbudit dojem, že jde o e-mail zaslaný

společností Google, přestože spojení autorových účtů Google a YouTube proběhlo před několika měsíci bez potíží. Text e-mailu byl protkán sugestivními hypotetickými odůvodněními, „co by se mohlo stát, kdyby jste zapomněl či ztratil přístup k účtu Google či vám bylo prolomeno heslo a zcizena identita...proto nám prosím na přiloženém formuláři vyplňte číslo vašeho mobilního telefonu“. Po pečlivém zvážení a s přihlédnutím k obsahu a formulaci e-mailu, který působil až podvodným dojmem, se autor článku rozhodl na nabídku poskytnutí čísla mobilního telefonu nereflektovat.

Další věc, na kterou pamatuje portál YouTube i jeho nápověda, je případ, kdy nějaký [uživatel zemře](#) a tento zemřelý má ve svém okolí někoho, kdo chce dotyčný uživatelský účet nadále rozvíjet. V takovém případě musí zplnomocněná osoba YouTube odfaxovat kopii úmrtního listu, plnou moc pro nakládání s uživatelským účtem zemřelého (byl-li mladší 18 let, pak i rodný list) a předložit hlavičku spolu s obsahem e-mailu, který byl doručen na ověřitelnou e-mailovou adresu následníka účtu.

3.2 Uživatelské účty, kanály YouTube a jejich výjimečnosti

Webová stránka YouTube [Kanál uživatele](#) je unikátní „prostor“ každého registrovaného uživatele. Jeden uživatel může mít (za užití různých uživatelských jmen) více kanálů. Kanál cizího uživatele je přístupný při kliknutí na jméno uživatele u avataru či pod videem. Vlastní kanál uživatele je přístupný mj. přes odkaz pod uživatelským jménem. Rozhraní Kanál uživatele, jež je přístupné všem uživatelům bez ohledu na druh uživatelského účtu (vč. diváků), bude popsáno v článku „YouTube, aneb tajemství videa a zvuku“. Následující řádky představí specifické uživatelské účty a jejich unikátní funkce. Samostatná část je věnována účtu Partner, jehož možnosti a nastavení se od tradičního účtu dosti odlišují.

Přestože má uživatelský účet typu YouTuber s následující šesticí mnohé společné, v určitých vlastnostech se liší, **viz Obr. č.7**.

V rámci typu uživatelského účtu [Režisér](#) jsou k dispozici nadstandardní funkce propagace videí a uživateleova kanálu za užití vlastního textu, obrazového ztvárnění, informací vztahujících se k umělcům či uměleckým tělesům a vlastního loga.

Ti, kteří si zvolí (nebo si přepnou na) uživatelský účet [Hudebník](#), mohou oproti uživatelům kategorie YouTuber uvést informace o uměleckém směru či uměleckém tělese, odkazem [propagovat produkci](#) a hudební nosiče a na stránce kanálu užít vlastní logo.

Uživatelský účet Reportér je vhodný pro ty, kteří se snaží o hloubkové zmapování nějaké problematiky, snaží k této problematice zaujmout stanovisko a jeho prostřednictvím působit na ostatní. Reportéři mohou uvést i prameny jejich poznání.

Posláním uživatelského účtu [Mistr](#) (nesprávně Profík) je výuka ostatních uživatelů. [Specifikum účtu](#) spočívá v možnosti uvést doprovodné informace o dotyčném mistru (profíkovi), logo a odkazy související s „odborností“.

Obr. č.7 : Kategorie a druhy účtů uživatelů

Kategorie
Auta a dopravní prostředky
Komedie
Vzdělání
Zábava
Krátké a kreslené filmy
Hraní her
Jak na to a styl
Hudba
Zprávy a politika
Neziskové organizace a aktivismus
Lidé a blogy
Zvířata a domácí mazlíčci
Věda a technologie
Sport
Cestování a události
Baviči
Hudebníci
Mistři
Neziskové organizace
Partneři
Reportéři
Režiséři
Sponzoři
Soutěže

Videa **Kanály**
V kategorii **Všechny kanály**
S nejvíce odběrateli | Nejsledovanější
Kdy: Tento měsíc ▼

tekken90CZ

Počet videí: 28
Počet zhlédnutí: 703 776

vodafoneczech

Počet videí: 151
Počet zhlédnutí: 454 758

djwich1

Počet videí: 121
Počet zhlédnutí: 323 066

Orchestr YouTube 2011
Hlasujte, kdo by měl hrát v roce 2011 v opeře v Sydney
youtube.com/symphony
Akční nabídka produktů
Nikdo jiný Vám nenabídne opravdu tisíc takhle akčních cen!
Alza.cz/1000-Akcnich-Cen
Jsi dostatečně zkušný?
Otestuj se na stránkách Old Spice! Připrav se na nové dobrodružství.
www.Oldspice.cz
Nová vánoční soutěž NIVEA
Zkuste své štěstí. Vyhrajte výrobky NIVEA nebo jiné originální dárky!
Nivea.cz

vytmanizaje

Počet videí: 1
Počet zhlédnutí: 318 729

ChampionshipMusic4

Počet videí: 3
Počet zhlédnutí: 235 795

tomikurblog

Počet videí: 173
Počet zhlédnutí: 216 352

R3KLAMY

Počet videí: 198
Počet zhlédnutí: 186 559

ZveCz

Počet videí: 286
Počet zhlédnutí: 167 180

2LANDA

Počet videí: 26
Počet zhlédnutí: 163 840

tmobilecz

Počet videí: 91
Počet zhlédnutí: 152 358

JerryTheMessiah

Počet videí: 42
Počet zhlédnutí: 137 179

tmx79

Počet videí: 25
Počet zhlédnutí: 132 087

nareznet

Počet videí: 25
Počet zhlédnutí: 131 212

EeMeReSon

Počet videí: 31
Počet zhlédnutí: 114 436

NBAErik

Počet videí: 1 096
Počet zhlédnutí: 112 831

acspartaofficial

Počet videí: 130
Počet zhlédnutí: 100 263

shopvosy

Počet videí: 23
Počet zhlédnutí: 97 793

xanivgt

Počet videí: 33
Počet zhlédnutí: 97 730

MobilManiaCZ

Počet videí: 190
Počet zhlédnutí: 95 337

EXOcontralto

Počet videí: 115
Počet zhlédnutí: 87 613

kazdydenjdeozivot1

Počet videí: 19
Počet zhlédnutí: 80 495

hannahforever4

Počet videí: 18
Počet zhlédnutí: 70 945

Zippycek

Počet videí: 5
Počet zhlédnutí: 68 030

vojtkraidan007

Počet videí: 8
Počet zhlédnutí: 67 322

Dalším typem účtu jsou již (stále) nedosažitelné uživatelské účty [Politik](#), jež byly použity pouze v prezidentských volbách ve Spojených státech amerických roku 2008, tedy pro Johna McCaina a [Baracka Obamu](#).

Baviči se mohou od YouTuberů odlišovat zveřejněním specifických informací o uměleckém stylu či uměleckém tělese a ostatní odkázat na možnosti nákupu záznamu jejich uměleckých představení.

Typy uživatelských účtů (vyjma účtu Partner) v podobě platné ke konci roku 2010 ztrácejí dle autorova mínění smysl. Kupříkladu možnost uvést informace o nějaké události – koncertu, vystoupení či srazu je k dispozici u všech účtů. Dále účty Bavič, Hudebník a Režisér by bylo vhodné funkčně vyrovnat a sloučit, protože ať už například režiséři, dirigenti, baviči, herci, artisté, hudebníci či členové orchestru chtějí svému publiku vždy předat vesměs totožné informace. Nechť je jen jeden účet s názvem Umělec (Artist). Stejně tak účty Politik a Reportér se věnují vesměs totožné činnosti, každý jen z jiného úhlu pohledu. Nechť je kanál Politik povolen pro zbytek světa a nejen pro volební klání. Reportéři a politici pak mohou jako informační nadstavbu uvést příslušnost k politické straně / médiu, jejich vlastní odborné (politické / reportérské) zaměření, informační zdroje a autority, jimiž zaštiťují svá stanoviska, název pro takto sloučený kanál budiž kupříkladu „Mediální tvář“ (Face of Media). Po těchto sloučeních se počet uživatelských účtů (není-li započítán účet Partner) snižuje z původních 7 na 4 – YouTuber, Umělec, Mediální Tvář a Mistr.

Rozsah nápovědy pro uživatelské účty je v době vzniku tohoto článku, tedy březen roku 2011 nedostačující, některé účty nemají vlastní článek nápovědy. Druhá, a rovněž poměrně závažná chyba se v nápovědě pro uživatelské účty objevuje v souvislosti s účtem typu Mistr. Tento účet je zmiňován rovněž pod názvem Profík, což může uživatele uvést v omyl, že jde o dva různé účty (originální název tohoto účtu je Guru).

3.3 Partner YouTube

Až doposud byla řeč o službách, resp. uživatelských účtech, k jejichž vytvoření byly v zásadě potřeba pouze dvě věci – běžný účet Google a/nebo účet YouTube. Naproti tomu hlavní myšlenkou účtu Partner YouTube je peněžní zisk, ať už za pomoci reklamy nebo zapůjčování videí jiným uživatelům.

Služba [YouTube Partner](#) je od 1.1. 2011 v České republice k dispozici.

Chce-li se někdo stát Partnerem YouTube a mít tak k dispozici nadstandardní funkce a možnosti, musí [splňovat několikero zásad](#):

1) uživatel musí mít v rámci účtu Google aktivní služby Google AdSense, a nebo Google Check Out.

2) společnost YouTube si vyhrazuje právo prověřit dosavadní úspěšnou činnost uživatele, např. sledovanost jeho videí na YouTube, jeho zapojení do činnosti komunity YouTube, prodej rozličných nosičů online či bezúhonnost uživatele vztaženo ke smluvním podmínkám portálu YouTube.

3) uživatel je vlastníkem všech součástí následně zveřejňovaného obsahu z autorskoprávního hlediska nebo řádným majitelem všech povolení k užívání veškerého následně zveřejňovaného obsahu.

4) poněvadž je YouTube Partner nadstandard, uživatel za něj platí převodem z bankovního účtu nebo kreditní kartou.

5) jestliže je v roli YouTube Partner nezisková organizace, musí mít sídlo v USA a [splňovat patřičné podmínky a legislativu USA](#).

[Výhody účtu YouTube Partner](#) oproti běžným uživatelským účtům by se daly shrnout do čtyř hlavních kategorií – Peněžní zisk, Nadstandardní statistiky, Ochranná opatření a Vysoká kvalita.

Peněžního zisku lze v rámci YouTube Partner dosáhnout sdílením příjmů z reklam ve videích, z umístění reklamních bannerů poblíž videí nebo ze zápůjček videí.

Nadstandardní statistiky, jež jsou realizovány za užití online aplikace Google Analytics, umožňují uživateli typu YouTube Partner na jednotlivém videu i na kanálu jako celku zmapovat demografické ukazatele, způsoby nalezení kanálu či videa, podat srovnání s konkurenčními kanály či videy nebo názorně demonstrovat, kde jsou v rámci jednotlivého videa divácky nejvděčnější a kde nejhlušší pasáže.

Ochranná opatření jsou povětšinou k dispozici všem uživatelům, nejen Partnerům. Výjimečné ochranné opatření se v případě YouTube Partnerů týká zabezpečení datových proudů pro výpůjčky tak, aby bylo maximálně znesnadněno stahování videí v tomto režimu.

Vysoká kvalita je v případě Partnerů YouTube realizována skrze maximální možnou kvalitu videí, HD, tedy poměr stran 16:9 a za progresivního zobrazování minimálně 720 řádků (720p).

3.4 Reklama

Jak již bylo zmíněno v předešlé části, jedním ze způsobů, jak Partneři YouTube generují zisk, je užití [reklamy](#), jejíž podmnožinou jsou také [sponzorovaná videa](#). Rozdíl mezi sponzorovaným videem a reklamou není v obsahu, ale užití a dostupnosti. Zatímco různé typy reklamy jsou přítomny při přehrávání videa nebo při uživatelské navigaci na portálu YouTube [26], [sponzorovaná videa](#) jsou zacílena na proces vyhledávání a jsou spřažena s klíčovými slovy. Je-li ve výsledcích vyhledávání videí sponzorované video, je uvedeno jako první, případně je uvedeno jako první v doporučených videích. Tvorba a umístování reklamy na portál YouTube probíhá za užití programu Google AdWords.

Pro reklamu platí čtveřice základních dokumentů – Smluvní podmínky, Pokyny pro komunitu YouTube, Sdělení k ochraně osobních údajů, Zásady reklamy a Technické

pokyny, které definují reklamu z hlediska technického – formát, umístění a parametry v závislosti na jejím druhu – jestli se jedná o banner či video.

Rozsah anglické mutace nápovědy pro reklamu je uspokojivý, avšak v případě české nápovědy se uživatelé musejí smířit s polovičatostí překladu – některé části jsou k dispozici česky, jiné lze dohledat strojově česky, zbytek pouze anglicky.

3.5 Výpůjčky

Pokud se Partner YouTube nepřiklonil k reklamě, má možnost vytvářet peněžní zisk za užití [Výpůjček YouTube](#). Tato funkce není v době vzniku článku v ČR k dispozici. Princip výpůjček funguje na následujícím ekonomickém principu – YouTube Partner vybere videa a určí u nich délku možného zapůjčení a peněžní částku, za níž budou k mání. Ostatní uživatelé YouTube (nejen Partneři) následně provedou výběr videí, která si přejí vypůjčit a zaplatí za ně v rámci Google Check Out účtu bankovním převodem nebo kreditní kartou. Nejdůležitější dokumenty, jimiž se Výpůjčky řídí, jsou Smluvní podmínky, Pokyny pro komunitu YouTube a webová stránka Podpory Výpůjček.

Česká mutace nápovědy pro výpůjčky je oproti anglické mutaci v době vzniku tohoto článku mimo provoz.

3.6 Projekty a YouTube

Hlavním zdrojem videí na YouTube jsou bezesporu uživatelé a jejich videa, nicméně i samotný portál YouTube přichází s vlastními projekty a nebo poskytuje prostor pro projekty Partnerů či uživatelů YouTube. Následující dvě části stručně představí jeden vlastní projekt YouTube, Symfonický orchestr YouTube 2011 a Otázky Václava Moravce, které mají povahu projektu, nicméně Česká televize ani samotný pořad ještě nejsou Partnerem YouTube (, poněvadž tato služba je v ČR k dispozici teprve od 1.1. 2011), ale jedněmi z uživatelů typu Reportér.

3.6.1 Symfonický orchestr YouTube

V roce 2009 se uskutečnil konkurz na sestavení orchestru poprvé a Česká republika v něm měla tři úspěšná želízka. Houslista Jakub Fišer, violista Ondřej Martinovský a violoncellista Michal Greco vystoupili v rámci koncertu v USA v Carnegie Hall [27].

[Symfonický orchestr YouTube 2011](#) je v pořadí již druhým ročníkem projektu samotné společnosti YouTube. Stejně jako v prvním ročníku 2009, i v tomto soutěží hudebníci z celého světa o místa v symfonickém orchestrálním tělese, které tentokrát nevystoupí v USA, nýbrž ve světoznámé budově opery v Sydney. Novinkou oproti ročníku 2009 je také soutěž v sólové improvizaci na libovolný nástroj.

Hodnocení soutěžních příspěvků je totožné – pokud je příspěvek, ať už v kategorii orchestr či sólová improvizace, schválen ze strany YouTube, je dále postoupen veřejnému hlasování. „Hlas lidu“, resp. komunity uživatelů YouTube rozhodne svými hlasy. V případě orchestru postoupí ti nejlepší v takovém počtu, aby obsadili počet volných míst v rámci určitého nástrojového obsazení, tj. tympanista bude jeden, houslistů bude analogicky více. Sólisté zápolí o 2 místa, která jim umožní vystoupit spolu se symfonickým orchestrem YouTube 2011 v opeře v Sydney. Další dva improvizátoři vystoupí s orchestrem skrze přímý video přenos přes tele-most. Ti, jejichž příspěvky byly přijaty jako soutěžní, ale neuspěli, obdrží jednodenní vstupenku do Digitální koncertní síně (hudební digitální knihovny) Berlínské filharmonie (<http://www.digitalconcerthall.com>), použitelnou na živé či nějaké z archivovaných vystoupení.

3.6.2 Otázky Václava Moravce

Otázky Václava Moravce (též někdy zkracovány na OVM) jsou již šest let vysílaným pořadem veřejnoprávní České televize. Z hlediska formátu jde o diskuzní pořad, v němž si moderátor PhDr. Václav Moravec zve osoby valnou měrou z veřejného a politického sektoru a řeší s nimi aktuální situaci či problémy v jejich odborné oblasti. Kromě standardního schématu a vysílacího času (neděle 12:00–14:00) se ve vysílání objevují

i speciální vydání pořadu, jak tomu bylo například v případě voleb do obou komor Parlamentu České Republiky, voleb do zastupitelstev měst a obcí a v případě voleb papeže římskokatolické církve či pražského arcibiskupa a primase českého [28].

OVM vstoupily kromě TV i na Facebook, Twitter a YouTube. Na všech třech platformách mohou ti, kdož mají uživatelské účty, pomocí textového pole a nebo nahrání videa posílat své dotazy týkající se osoby Václava Moravce, příprav pořadu a hlavně otázky na hosty ve studiu, zejména při speciálních vydáních pořadu. Adresy OVM na YouTube jsou: <http://www.youtube.com/user/OtazkyVM>, <http://www.youtube.com/user/portalCT24> a <http://www.youtube.com/user/ct24volby2009>.

Lze důvodně předpokládat, že vzniknou i jiné YouTube kanály, které poslouží pořadu pro zapojení veřejnosti do politického dění, např. v případě prezidentských voleb, jež se budou konat počátkem roku 2013.

3.7 Potenciál YouTube ve vztahu k oboru INSK

Ti, kdo alespoň v hrubých obrysech vědí, jakou studijní přípravou procházejí budoucí absolventi oboru informační či knihovnická studia, by mohli důvodně předpokládat, že portál YouTube je pro tato zaměření, na rozdíl od nových médií, poněkud nehostinným místem. Není tomu tak, již při namátkovém vyhledávání, vykonaném z hlavní stránky, bylo dosaženo pozoruhodných výsledků.

Po vyčlenění silně popularizačních či nerelevantních videí z namátkové rešerše zůstal, z pohledu přednášek konaných na Ústavu informačních studií a knihovnictví, rozmanitý vzorek. Odkazy směřující na kanály s těmito materiály nejsou v základním tvaru, nýbrž „v zobrazení pouze nahraných videí uspořádaných do miniatur, což symbolizuje „#g/u“ v rámci internetových adres.

Prvním, tematicky zcela zapadajícím uživatelským kanálem, je kanál [státní bavorské knihovny](#) (Bayerische Staatsbibliothek), na němž lze nalézt výukové materiály v angličtině a němčině na nejrůznější témata – od tutoriálů, k čemu slouží knihovna, až po specifické výukové materiály pro vyhledávání a zacházení s online veřejně dostupnými katalogy, z angličtiny zkráceně OPAC.

Druhým, z historického hlediska zajímavým kanálem, je uživatelský kanál jménem „[eugenegarfield](#)“. Eugene Garfield je jedním ze zakladatelů vědeckých metod měření produktivity vědecké práce. „Jeho“ kanál obsahuje dokumentárně-výukové materiály, jež spadají z hlediska použitých snímacích a zvukových prostředků na přelom šedesátých a sedmdesátých let 20. století. Obsahem videí je popis a výuka zacházení s citačními rejstříky, konkrétně Science Citation Index.

Třetím kanálem je kanál „[cheekylibrarian](#)“ (v překladu „lišák knihovník“ či „vychytralý knihovník“), jehož tvůrcem není instituce, ale jednotlivec. Obsahem videí jsou stručné výukové materiály zaměřené na problematiku rešerší, zacházení s databázemi a citačními manažery. Kanál je dostupný na internetové adrese.

Čtvrtý stručně představovaný kanál je kanál [Německé národní knihovny](#) (Deutsche Nationalbibliothek). Tento kanál obsahuje záznamy přednášek na tematiku katalogizačních standardů – MAB, RDA, MARC a UNIMARC. Jazykem přednášek je poněkud překvapivě angličtina.

Pátým kanálem ve výčtu je kanál „[Smithsonian Institution Libraries](#)“, jehož obsahem jsou komentovaná či hudební podkres obsahující videa, jejichž tématem je především digitalizace a ochrana knihovních fondů.

Obsah šestého kanálu je silně nehomogenní, nicméně i tak si kanál „[Fiddlebone](#)“ zaslouhuje být do tohoto namátkového výběru zařazen. První polovina videí tohoto kanálu jsou přednesy různých houslových skladeb, druhá polovina pak stručné e-learningové materiály k různým databázím, jako jsou např. MEDLINE, BIOSIS, Web of Science aj.

Sedmý představovaný kanál s názvem „[Warnerlib](#)“ je velmi podobný kanálu „cheekylibrarian“. I tento kanál obsahuje návody či výukové materiály, zaměřené

především na tvorbu citací a zacházení s citačními manažery.

Osmý a do tohoto výčtu poslední zahrnutý kanál, je kanál Jiřího Brejchy, jenž mimo jiné pořídil zajímavá videa (s hudebními podkresy) na téma (česká) Národní technická knihovna. Trojice těchto videí je dostupná na internetových adresách

http://www.youtube.com/watch?v=rZOX_cYnJU8

<http://www.youtube.com/watch?v=Br2iwedWSpM>

<http://www.youtube.com/watch?v=pu7Es4LDd4s>

Poslední perličkou tohoto drobného namátkového výčtu z uskutečněné rešerše je [propagační video](#) Vyšší odborné školy informačních služeb (VOŠIS), kterým provází PhDr. Hana Slámová.

3.8 Uživatelská provinění

Provinění, jichž se uživatelé, ať už vědomě či nevědomky, mohou dopustit, povětšinou souvisejí s videem a nebo nerespektováním Pokynů pro komunitu. O těchto proviněních pojednávají části **3.9**, a **3.10**. V této části budou rozebrány ty prohřešky, kterých se uživatelé mohou dopustit a nemusejí mít bezprostřední souvislost s videy, avšak mohou vést k ukončení účtu na YouTube.

[Normy kyberprostorového chování](#) – za vhodné chování v rámci kyberprostoru se dá považovat dodržování zásad slušného jednání včetně písemného styku, dodržování veškerých pokynů ze strany poskytovatele služeb, respektování autorských práv a práv na ochranu osobnosti, ale také [nahlašování](#) jakýchkoliv nepatřičností ze strany ostatních uživatelů.

[Ochrana osobních údajů](#) – jde v podstatě o dodržování dvojího principu – chránit a nezveřejňovat své osobní údaje a zároveň nezveřejňovat osobní údaje jiných. Každý uživatel nechť si promyslí, které osobní údaje (ne)chce zveřejňovat. Informace, jako jméno, adresa bydliště, telefonní číslo, rodné číslo, čísla pojištění, kreditních karet, se zásadně neuveřejňují. Dojde-li k uveřejnění osobních údajů jiným uživatelem, je prvním krokem snaha o nápravu mezi dotčeným a uveřejňujícím uživatelem. Pokud nebude dosaženo nápravy, následuje krok druhý, kdy dotčená strana podává stížnost pomocí webového formuláře. Následně má „poškozující“ strana 48 hodin na odebrání obsahu. Neučiní-li tak, je materiál postoupen kontrole zaměstnancům YouTube. Výsledkem je buď odebrání nebo ponechání videa.

YouTube a [ochrana mladistvých](#) – se sestává především z preventivních opatření. Uživatelům mladším 13 let je přístup (registrace) zakázán. Současně je na každém uživateli starším 13 let, aby si řádně rozmyslel, jestli video, které se chystá zveřejnit, neobsahuje prvky násilí či podbízivosti v sexuálním smyslu slova. Další možností, jak mladistvé „chránit“, je zapnutí Bezpečného režimu, který z výsledků a zobrazení vyřadí videa, jež jsou označena za nevhodná pro publikum do 18 let. Funkci Bezpečný režim lze aktivovat při jejím spodním okraji na kterékoliv stránce s videem či soupisy videí YouTube.

[Nenávistný obsah](#) a [sexuální zneužívání dětí](#) – pokud selžou kontrolní mechanismy a na YouTube se objeví video, které vykazuje parametry nenávistného obsahu či sexuálního zneužívání dětí, je řešení v nahlášení videa a upozornění na uživatele. YouTube následně podniká kroky k nahlášení uživatele příslušným úřadům.

[Obtěžování a \(kyber\)šikanování](#) – proces, při němž je uživatel vystaven psychickému nátlaku a zastrašování jinou osobou. Tyto praktiky jsou prováděny skrze soukromé zprávy, komentáře k videím či za užití videa se zastrašujícím obsahem. Je důležité, aby uživatel v rámci svých možností dokázal rozlišit, zda-li se protistrana dožaduje pozornosti, a je tudíž protivná, nebo jestli se již jedná o šikanu. V takovém případě lze situaci řešit na několika úrovních – blokováním uživatele, mazáním jeho komentářů, příp. zakázáním komentářů u videí. Zastrašující videa lze nahlásit YouTube ke kontrole, jejíž výsledek je buď ponechání videa na YouTube, či jeho odstranění.

Předstírání jiné identity – snaha člověka o vzbuzení dojmu u ostatních, že se jedná o někoho jiného, v případě YouTube jde o maximálně věrné napodobení kanálu a jména jiného uživatele. Nebezpečný potenciál takového chování ani netřeba rozvádět. V případě, že se uživatel setká s předstíráním jeho identity, má možnost podat stížnost ve věci porušení ochrany osobních údajů. V případě předstírání jiného kanálu může uživatel nechat „padělaný“ kanál prověřit.

Spam a phishing – spam je uživatelem či strojově vytvářený záměrný nesoulad mezi obsahem a jeho textovým popisem či obrazovým znázorněním (miniaturou), mající za cíl oklamat uživatele a přimět ho ke kliknutí na odkaz či zobrazení multimediálního obsahu. Obrana proti spamu v komentářích tkví v označení dotyčného obsahu jako spam. Zneužívání funkce Nahlásit jako spam ústí v kárny postih pro zneužívajícího uživatele. Video lze rovněž označit jako spam, ale následnou reakcí je kontrola ze strany YouTube. Termínem phishing se označuje takové jednání, kdy se někdo snaží vylákat citlivé informace od druhého, např. přístupová hesla, důležitá čísla (kreditních karet, bankovních účtů aj.). V nejhorším případě může dojít ke zcizení uživatelského účtu. Pokud se tak stane, má uživatel k dispozici formulář, jehož prostřednictvím mu (při kladném vyhodnocení ze strany YouTube) bude účet navrácen.

Jestliže autor článku má četné připomínky k české mutaci nápovědy u jiných oblastí, jsou články nápovědy ohledně problematických situací a nevhodného chování uživatelů, soustředěné do Centra bezpečnosti, zpracovány s až neobvyklou pečlivostí. Obzvláštní uznání zasluhuje četné odkazování na geograficky příslušné organizace, pro ČR jmenovitě sdružení linka bezpečí a sdružení linka vzkaz domů, které mohou být nápomocny při řešení tíživých situací včetně sebevraždy, s níž se lze setkat i na YouTube.

3.9 Porušování autorských práv

Postihy týkající se autorských práv souvisejí převážně s obsahem videí, která uživatel nahrál. Postihy spojené s autorskými právy mají časově neomezenou platnost, jsou tedy jakýmsi „trestním záznamem“. Dosažení tří sankcí znamená ukončení daného uživatelského účtu. Stížnost na porušení autorských práv a priori znamená sankci za porušení tohoto druhu. Pokud ovšem uživatel slaví úspěch s odvoláním proti sankci, nebo protistrana stáhla stížnost, dochází ke zrušení sankce. Stížnost na porušování autorských práv podává uživatel či společnost, jednoduše subjekt, jenž se cítí dotčen. Veškerá komunikace probíhá přes e-mail, s příloženými webovými formuláři. Následuje reakce YouTube – ponechání videa beze změn, odebrání zvukové stopy (za zachování oněmělého videa) nebo odebrání celého videa. Uživatel, jehož video či zvuk byly odebrány, je o tomto procesu ze strany YouTube zpraven. Nyní má uživatel, jemuž bylo video odňato, možnost podat „Odpor vůči oznámení“, což je „stížnost na stížnost“. Tah je posléze znovu na straně subjektu, který podal prvotní stížnost. Dle této „čtvrté“ reakce YouTube buď video obnoví, nebo odstraní.

Autor tohoto článku není právník, tudíž jeho postřeh není odborným stanoviskem, ale laickým pohledem na věc. Nápověda týkající se autorskoprávní problematiky hojně cituje americkou legislativu, ovšem nikde není přiložen úplný český překlad (ať už orientační či autorizovaný) těchto právních norem. Co chybí v české verzi Nápovědy YouTube, je nástin procedury v českém prostředí, nebo alespoň odkaz na český autorský zákon. Hojně je uváděna poznámka, že informace ohledně autorských práv jsou informacemi, nikoliv právními doporučeními, proti tomu nelze nic namítat. Avšak informace nápovědy, které jsou z autorskoprávního hlediska relevantní pro občany USA a které jsou relevantní pro občany EU, resp. ČR, jsou ve výrazném nepoměru, v neprospěch občanů EU, přesněji ČR.

3.10 Porušování Pokynů pro komunitu

Postihy spojené s porušováním Pokynů pro komunitu jsou úzce spjaté s nepřipustným chováním uživatele samotného a/nebo s nahráváním videí, která tento dokument nějakým způsobem nerespektují. Sankce za porušení Pokynů pro komunitu jsou třístupňové a mají omezenou dobu trvání, a to v délce šesti měsíců. Po uplynutí této

doby je na uživatelský účet pohlíženo jako na spořádaný. Charakter první sankce je pouze varovně-informativní. Pokud uživatel v trestní lhůtě první sankce obdrží sankci druhou, nemůže z žádného ze svých YouTube účtů spřažených s jedním Google e-mailem nahrávat videa po dobu 14 dní. Po uplynutí dvou týdnů je činnost účtu obnovena v plném rozsahu, nicméně trestní lhůta obou sankcí se i nadále odpočítává. Je-li uživateli uštědřena třetí sankce v údobí, kdy ještě nevypršela sankce první a byla udělena sankce druhá, dojde k ukončení účtu.

Stížnost na porušení Pokynů pro komunitu podává uživatel, následuje prověření ze strany YouTube, které je konáno zaměstnanci, nikoliv systémem. Proti výsledku prověřování se lze odvolat. I proti sankcím za porušení Pokynů pro komunitu se lze odvolat. Pokud je odvolání úspěšné, je sankce i její zbylá doba trvání odvolána, příp. odebrané video obnoveno.

V určitých případech je video odebráno, i když se uživatel ve znění Pokynů pro komunitu ničeho nedopustil. Mezi takovéto případy patří např. ochrana osobních údajů či soudní příkaz. Za tohoto stavu není uživateli udělena žádná sankce.

V nápoověďe pro sankce za porušení Pokynů pro komunitu se vyskytuje u třetí sankce závažná překleповá chyba, kde je uvedeno „Obdrží-li účet třetí sankci podle Pokynů pro komunitu v průběhu šesti měsíců (od vypršení první sankce), je zrušen.“ Správná formulace má znít „... v průběhu šesti měsíců (do vypršení první sankce), ...“ Autor článku má zkušenost, kdy byla při kontrole zvukové a obrazové stopy nalezena shoda a video bylo tudíž odstraněno. Při trojím opakovaném prohrěšení se, tj. při trojím nahrávání videí, u nichž byla za užití Nástroje pro identifikaci obsahu nalezena shoda u zvukové či obrazové stopy, došlo ke smazání uživatelského účtu s odůvodněním, že uživatel porušil „Pokyny pro komunitu YouTube“. Pakliže se opravdu uživatel opakovaně pokoušel na YouTube nahrát materiál, který nějakým způsobem porušoval Pokyny pro komunitu, trest v podobě odebrání účtu je na místě. Pokud ale uživatel nahrál videa, která Pokyny pro komunitu neporušují a/nebo byla chybně označena při porovnávání zvukové a obrazové stopy a ze strany YouTube bylo užito smazání uživatelského účtu jako kárného postihu, je uživatel vystaven nepříjemné situaci. Musí si totiž vytvořit nový uživatelský účet (vč. nové potvrzovací e-mailové adresy Google,) účet si nastavit a nahrát na něj ta videa, která jsou v pořádku a současně se ale i bránit proti postupu YouTube. Jak celý proces probíhá, nejlépe demonstruje článek Marka Lutonského na blogu Živě.cz [29].

3.11 Ukončení vs zrušení účtu

V části o sankcích již bylo částečně zmíněno, která (příp. kolikrát) provinění vedou k ukončení uživatelského účtu. Z hlediska dokumentů to jsou hlavně provinění vůči Pokynům pro komunitu a autorskoprávním doporučením, konkrétněji viz části **3.9** a **3.10**. Ukončení jednoho z účtů uživatele znamená totéž i pro ostatní účty, avšak má-li uživatel více účtů s různými e-mailovými adresami, toto pravidlo platí pouze pro účty s jednou e-mailovou adresou. Má-li uživatel pochybnosti, proč byl jeho účet na YouTube ukončen, může se pomocí [formuláře](#) dozvědět podrobnosti, proč se tak stalo.

Zatímco [ukončení účtu](#) znamená, že byl účet zrušen ze strany YouTube kvůli uživatelskému provinění, [zrušení účtu](#) je plně v kompetenci uživatele a provádí se přes funkci Smazat účet na stránce Správa účtu. Tato stránka je dostupná přes navigační odkaz [Nastavení účtu](#) v rámci stránky Účet.

4. Závěrečné zamyšlení

Přestože portál YouTube existuje pouze šest let, dokázal si poskytovanými službami, obsahem a počtem videí a početností uživatelské komunity vydobýt místo jedničky mezi portály se sdíleným videem. Dle mého je velmi nepravděpodobné, že by YouTube zaniklo, je rovněž velmi nepravděpodobné, že by se v horizontu cca tří let objevil jiný video portál, který by YouTube vzhledem k rozmanitosti a počtu videí a početnosti uživatelů překonal. Takový portál by totiž musel začínat jinak než od „bodu nula“ a přesto

by nejspíše toto vzájemné zápolení dopadlo v neprospěch novějšího portálu. Naopak místem, kde bude YouTube určitě svádět dramatické souboje, bude umístění v první trojici či pěti „nejnavštěvovanějších WWW stránek všech dob“.

V druhém článku, jenž bude přímo navazovat na tento článek, nazvaném „YouTube, aneb tajemství videa a zvuku“ se podíváme na zoubek videu a zvuku v el. prostředí, včetně stručného představení některých formátů. Taktéž se poněkud podrobněji seznámíme s obsahem nejdůležitějších stránek portálu YouTube.

Literatura:

1. ZBIEJCZUK, Adam. *Web 2.0-charakteristika a služby*. Brno, 2007. 71 s. Diplomová práce (Mgr.). Masarykova Univerzita v Brně, Fakulta sociálních studií, Katedra mediálních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce David Kořínek. Dostupné také z WWW: <<http://theses.cz/id/65gaoa/>>.
2. DINUCCI, Darcy. Fragmented future recovered. In *Cole20 : EDUCACIÓN Y WEB 2.0* [online]. [s. l.] : Wordpress, 2009-01-30 [cit. 2010-11-26]. Dostupné z WWW: <<http://www.cole20.com/web-20-history-fragmented-future-recovered/>>.
3. TOMAIDES, Petr ; KRSEK, Michal. STREAMING : konec televize In *Technosféra : Port* [online]. Praha : Česká televize, 2008-01-23 [cit. 2010-11-26]. Dostupné z WWW jako text i video: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/port/technosfera/252-streaming-konec-televize/>>.
4. TAJRYCH, Jonáš. *Virtuální tramvaj*. Praha, 2010. 71 s. Bakalářská práce (Bc.). České vysoké učení technické, Fakulta elektrotechnická, Katedra počítačů. Vedoucí bakalářské práce Jiří Chludil. Dostupné také z WWW: <https://dip.felk.cvut.cz/browse/pdfcache/tajryjon_2010bach.pdf>.
5. *Flash Player – nápověda* [online]. San Jose (Kalifornie) : Adobe Systems Incorporated, c2010 [cit. 2010-11-26]. Aktualizace přehrávače Adobe Flash Player. Dostupné z WWW: <<http://www.macromedia.com/support/documentation/cz/flashplayer/help/help10.html>>.
6. *Sustainability of digital formats : planning for Library of Congress Collections* [online]. Washington (D.C.) : Library of Congress, 2009 [cit. 2010-02-02]. Format description categories : Browse alphabetical list. Dostupné z WWW: <http://www.digitalpreservation.gov/formats/fdd/browse_list.shtml#>.
7. HICKSON, Ian (ed.). HTML5 : W3C Working Draft 19 October 2010. In *World Wide Web Consortium (W3C)* [online]. Cambridge (Massachusetts) : Massachusetts Institute of Technology ; Sophia Antipolis (Francie) : European Research Consortium for Informatics and Mathematics; Minato (Tokyo) : Keio University, 19 October 2009 [cit. 2010- 11-26]. Část 4.8.6 The video element. Dostupné z WWW: <<http://www.w3.org/TR/2010/WD-html5-20101019/video.html#video>>.
8. GARRET, Jesse James. *Ajax : a new approach to web applications* [online]. San Francisco (Kalifornie) ; Austin (Texas) ; Amsterdam (Nizozemsko) : Adaptive path, February 18, 2005 [cit. 2010-11-26]. Dostupné z WWW: <<http://www.adaptivepath.com/ideas/essays/archives/000385.php>>.
9. SCHAFER, Steven M. *HTML, XHTML a CSS : bible pro tvorbu WWW stránek*. 1. vyd. Praha : Grada, 2009. 17.3. Objektový model dokumentu. Přeloženo z angl. originálu, ze 4. vyd. Částečně dostupné na Google Books WWW: <http://books.google.cz/books?id=J0THOWDekJMC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>.
10. KESTEREN, Anne van (ed.). XMLHttpRequest : W3C Candidate Recommendation 3 August 2010. In *World Wide Web Consortium (W3C)* [online]. Cambridge (Massachusetts) : Massachusetts Institute of Technology ; Sophia Antipolis (Francie) : European Research Consortium for Informatics and Mathematics; Minato (Tokyo) : Keio

University, 3 August 2010 [cit. 2010-11-26]. Dostupné z WWW:
<<http://www.w3.org/TR/XMLHttpRequest/>>.

11. *Python programming language : official website* [online]. [s.l.] : Python Software Foundation, c1990-2010 [cit. 2010-11-26]. Dostupné z WWW: <<http://python.org/>>.

12. ROSSUM, Guido van. *[Python-Dev] [Python-checkins] MSI being downloaded 10x morethan all other files?!* [online]. [s.l.] : [s.n.], 2006 [cit. 2010-11-26]. Výňatek z emailové komunikace. Dostupné z WWW: <<http://mail.python.org/pipermail/python-dev/2006-December/070323.html>>.

13. Comparison of video services. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. San Francisco (Kalifornie, USA) : Wikimedia Foundation, 2001-, last mod. 2010-11-23 [cit. 2010-11-26]. [Tab.] General information. Dostupné z WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_video_services>.

14. YouTube. In *Wikipedia : the free encyclopedia* [online]. San Francisco (Kalifornie, USA) : Wikimedia Foundation, 2001-, last mod. 2010-11-23 [cit. 2010-11-27]. [Část] Company history. Dostupné z WWW: <<http://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>>.

15. YouTube.com – You Tube information. In *DomainTools* [online]. Seattle (Washington) : DomainTools LLC, c2010 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <<http://whois.domaintools.com/youtube.com>>.

16. HELFT, Miguel ; RICHTEL, Matt. Venture firm shares a YouTube jackpot. *The New York Times* [online]. October 11, 2006 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <http://www.nytimes.com/2006/10/10/technology/10payday.html?_r=1>.

17. BLAKELY, Rhys. Utube sues YouTube. *The Times : the Sunday Times* [online]. November 2, 2006 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <http://business.timesonline.co.uk/tol/business/industry_sectors/media/article623050.ece>.

18. Thomson Reuters. Google closes \$A2b YouTube deal. In *theage.com.au : THE AGE* [online]. Melbourne (Australia) : The Age Company, November 14, 2006 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.theage.com.au/news/Business/Google-closes-A2b-YouTube-deal/2006/11/14/1163266548827.html>>.

19. YouTube in 3D. In *YouTube : broadcast Yourself* [online]. San Bruno (Kalifornie) : YouTube LLC, 2009 [cit. 2010-11-27]. Online videozáznam, 1:02. Dostupné z WWW: <http://www.youtube.com/watch?v=5ANcspdYh_U>.

20. BIGGS, Billy. 1080p HD Is Coming to YouTube. In *Broadcasting Ourselves ;) : the Official YouTube Blog* [online]. San Bruno (Kalifornie) : YouTube LLC, November 12, 2009 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <<http://youtube-global.blogspot.com/2009/11/1080p-hd-comes-to-youtube.html>>.

21. HURLEY, Chad. Y,000,000,000uTube. In *Broadcasting Ourselves ;) : the Official YouTube Blog* [online]. San Bruno (Kalifornie) : YouTube LLC, October 9, 2009 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <<http://youtube-global.blogspot.com/2009/10/y000000000utube.html>>.

22. METZ, Cade. YouTube's IE6 support dies on March 13. In *The Register* [online]. London (England) ; San Francisco (Kalifornie) : The Register, 23rd February, 2010 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <http://www.theregister.co.uk/2010/02/23/google_to_end_you_tube_ie6_support/>.

23. CHAPMAN, Glenn. AFP : YouTube redesigns website to keep viewers captivated. *Google News* [online]. March 31, 2010 [cit. 2010-11-27]. Dostupné z WWW: <<http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5jfGfKKsiwbxNv8XoUbm8ZIRZZWyw>>.

24. *Alexa : the Web Information Company* [online]. San Francisco (Kalifornie) : Alexa Internet Inc., 2010 [cit. 2010-11-27]. Top Sites. Dostupné z WWW: <<http://www.alexa.com/>>.
25. SILLMEN, David. Na YouTube už je možné nahrávat videa delší než 15 minut In *Digitálně.cz : magazín Stahuj* [online]. Praha : Centrum holdings ; Jablonec nad Nisou : MITON.CZ, 2010-04-09 [cit. 2011-03-01]. Dostupné z WWW: <<http://digitalne.centrum.cz/na-youtube-uz-je-mozne-nahravat-videa-delsi-15-minut/>>.
26. KOLERUSOVÁ, Markéta. Možnosti reklamy na YouTube s využitím AdWords. In *sunitka : první pomoc na internetu* [online]. Praha ; Bratislava : Sun Marketing – reklama na internetu, 2010-07-26 [cit. 2010-12-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.sunitka.cz/c/8/moznosti-reklamy-na-youtube-s-vyuzitim-adwords>>.
27. VIZINA, Petr. YouTube sestavil symfonický orchestr. Hrají v něm i tři Češi. In *iHNed.cz : online zprávy Hospodářských novin* [online]. Praha : Economia, 2009-03-23 [cit. 2010-12-02]. Dostupné z WWW: <<http://kultura.ihned.cz/c1-36211390-youtube-sestavil-symfonicky-orchestr-hraji-v-nem-i-tri-cesi>>. ISSN 1213-7693.
28. Otázky Václava Moravce. In *ČESKÁ TELEVIZE* [online]. Praha : Česká televize, 2010 [cit. 2010-12-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/210411030501205/>>.
29. LUTONSKÝ, Marek. Marek vs. YouTube a Sony Music – 1:0. In *ŽIVĚ : computer* [online]. Praha : MAFRA, 2009-10-22 [cit. 2010-12-03]. Dostupné z WWW: <<http://mareklutonsky.blog.zive.cz/2009/10/marek-vs-youtube-a-sony-music-%E2%80%93-10/>>.